

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE ARQUITETURA
FACULDADE DE BELAS-ARTES



“MAGAZINE DA MULHER”
Reinterpretação Gráfica e Editorial de Periódicos
Femininos do Estado Novo

Mariana Aguiar de Oliveira Franco Facada

Trabalho de Projeto

Mestrado em Práticas Tipográficas e Editoriais Contemporâneas

Trabalho de Projeto orientado
pela Prof.^a Doutora Sofia Leal Rodrigues

2017

DECLARAÇÃO DE AUTORIA

Eu, Mariana Aguiar de Oliveira Franco Facada, declaro que a presente dissertação / trabalho de projeto de mestrado intitulada “‘Magazine da Mulher’ — Reinterpretação Gráfica e Editorial de Periódicos Femininos do Estado Novo”, é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas na bibliografia ou outras listagens de fontes documentais, tal como todas as citações diretas ou indiretas têm devida indicação ao longo do trabalho segundo as normas académicas.

A Candidata

Mariana Aguiar de Oliveira Franco Facada

Lisboa, 31 de Dezembro de 2017

RESUMO

O Design Editorial da época do Estado Novo tinha como propósito principal a propaganda de certos ideais e princípios. Este, era portanto um instrumento do Governo Português de divulgação e propagação desses mesmos ideais. Numa época em que existiam regras e preconceitos sobre o comportamento da Mulher, como é o exemplo do conceito do *Retorno da Mulher ao Lar* e da *Mulher Ideal*, cujo objectivo único deveria ser o de servir os outros, casar e constituir família, também os objectos editoriais destinados ao sexo feminino representavam um veículo de transmissão destes valores e contribuíam para a manipulação e implementação desta ideologia na maneira de pensar da Mulher desta época.

Assim, este projecto debruça-se sobre as publicações periódicas femininas das décadas de 40 e 50, com o objectivo de analisar e identificar as várias características do Design aplicado a estes objectos gráficos, e, assim, avaliar de que forma estas representam e contribuem (ou não) para o ideário da Mulher do Estado Novo.

Finalmente, com base nesta investigação, pretende-se então, convocar através do design e de uma visão actual sobre o tema, uma reflexão e reinterpretação em torno da construção de uma imagem idealizada da mulher, criando um livro/arquivo que propõe novas relações significantes entre os seus conteúdos originais.

Palavras-Chave:

Portugal; Estado Novo; Design Editorial; Tipografia e Mulher.

ABSTRACT

The Editorial Design of the era of Estado Novo had as its main purpose the propaganda of certain ideals and principles. It was, therefore, an instrument of the Portuguese Government used in order to disseminate and propagate these same ideals. At a time when there were rules and prejudices about women's behavior, such as the concept of the *Return of Woman to the Home* and the *Ideal Woman*, whose sole purpose should be to serve others, to marry and to constitute a family, the editorials objects intended for the female sex, also represented a vehicle for the transmission of these values and contributed to the manipulation and implementation of this ideology in the mentality of the women of this time.

Thus, this project focuses on the feminine periodicals of the 1940s and 1950s, in order to analyze and identify the various characteristics of the Design applied to these graphic objects, and to evaluate how they contributed (or not) to the idealized image of the Woman of Estado Novo.

Finally, on the basis of this research, it is intended to summon through design and a current view on the subject, a reflection and reinterpretation around the construction of an idealized image of women, creating a book / archive that proposes new significant relationships between its original contents.

Keywords:

Portugal; *Estado Novo*; Editorial Design; Typography and Woman.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, considero imprescindível agradecer aos meus pais, a quem dedico este projecto, por todo o suporte prestado ao longo do meu processo de formação profissional, sobretudo nesta última e intensa fase. Reitero este agradecimento relativamente ao meu pai, também pelo apoio prestado através da leitura e achegas que deu e que fizeram deste trabalho algo mais valoroso e preciso.

Gostaria também de demonstrar o meu agradecimento à minha orientadora, Professora Doutora Sofia Leal Rodrigues, pelo seu apoio e dedicação, por procurar estar sempre presente e atenta em todos os momentos.

ÍNDICE GERAL

1	INTRODUÇÃO
5	CAPÍTULO 1. O DESIGN DA ÉPOCA DO ESTADO NOVO
5	1.1. Ideologia do Estado Novo
6	1.2. O Secretariado da Propaganda Nacional
10	1.2.1. O Modernismo e o Portuguesismo
12	1.2.2. Exposição do Mundo Português, 1940
18	1.2.3. Movimentos de Oposição
18	1.2.4. De SPN para SNI
19	1.2.5. 14 Anos de Política do Espírito
24	1.3. Edições SPN/SNI
26	1.3.1. PANORAMA: Revista de Arte e Turismo
28	1.3.2. LITORAL: Revista Mensal de Cultura
29	1.3.3. ATLÂNTICO: Revista Luso-Brasileira
30	1.3.4. VIDA E ARTE DO POVO PORTUGUÊS
32	1.4. Revistas Literárias VS Populares
34	CAPÍTULO 2. A MULHER DA ÉPOCA DO ESTADO NOVO
34	2.1. O papel da Mulher na Sociedade – A Mulher no Lar
38	2.2. Reeducação da Mulher
40	2.3. Educação de uma Mentalidade — Mocidade Portuguesa Feminina
44	2.4. A Mulher e a Profissão
47	2.5. Publicações Femininas do Estado
51	CAPÍTULO 3. ANÁLISE AOS 10 PERIÓDICOS FEMININOS DA ÉPOCA DO ESTADO NOVO
51	3.1. Introdução à Análise

53	3.2. Análise Geral
53	3.2.1. Público-alvo
53	3.2.2. Temática
54	3.2.3. Dimensões
55	3.2.4. Sistema de Grelha
59	3.2.5. Cores
60	3.2.6. Tipos de Letra
62	3.2.7. Ilustração
63	3.2.8. Fotografia
66	3.2.9. Publicidade
68	3.2.10. Infografia
69	3.2.11. Técnicas de Produção
71	CAPÍTULO 4. JUSTIFICAÇÃO DO OBJECTO EDITORIAL FINAL
71	4.1. Fragmentos de Memória
74	4.2. Designer como Autor, Editor e Produtor
78	4.3. Objecto Editorial Final
83	CONCLUSÃO
85	FONTES E BIBLIOGRAFIA
90	ACRÓNIMOS
91	ANEXOS

ÍNDICE DE FIGURAS

15	Fig. 1 - Planta Geral da Exposição do Mundo Português.
15	Fig. 2 - Vista Geral da Exposição do Mundo Português.
16	Fig. 3 - Cartazes publicitários da ETP.
16	Fig. 4 - Cartazes publicitários da ETP.
17	Fig. 5 - Cartazes publicitários da ETP .
17	Fig. 6 e 7 - Cartazes publicitários em panos de cena.
22	Fig. 8 e 9 - Exposição <i>14 anos de Política do Espírito: Apontamentos para uma Exposição</i> .
22	Fig. 10 - Expositor de tema Turismo na Exposição <i>14 anos de Política do Espírito: Apontamentos para uma Exposição</i> .
23	Fig. 11 - “Salões e Exposições de Arte”.
23	Fig. 12 - “As Publicações Periódicas do SNI mantem a Continuidade da Informação”.
25	Fig. 13 - Quatro edições pelo SPN/SNI.
51	Fig. 14 - Alguns <i>Spreads</i> das Revistas Analisadas.
52	Fig. 15 e 16 - Exemplos de Sistemas de Grelhas.
52	Fig. 17 - Exemplo de utilização de Cores.
52	Fig. 18 - Exemplo de utilização de Tipos de Letra.
52	Fig. 19 - Exemplo de utilização de Ilustração.
52	Fig. 20 - Exemplo de utilização de Fotografia.
52	Fig. 21 - Exemplo de <i>spread</i> de Publicidade.
52	Fig. 22 - Exemplo de utilização de Infografia.
83	Fig. 23 - Caderno do Livro "Magazine da Mulher".

INTRODUÇÃO

O Estado Novo foi marcado por uma grande propaganda feita através da utilização de meios como cartazes, revistas, jornais, anúncios, etc, tendo o Design Editorial um papel relevante para a divulgação dos ideais do Governo de Salazar.

As publicações destinadas à Mulher neste período (1926-1974) não eram excepção, constituindo um suporte de transmissão destes valores que contribuíam para a manipulação e implementação desta ideologia na maneira de pensar da Mulher, numa época em que existiam regras sobre as quais esta se deveria comportar e cujo objectivo único deveria ser o de servir os outros.

Objecto de Estudo — O presente estudo surge então, no âmbito do Mestrado em Práticas Tipográficas e Editoriais Contemporâneas e o tema escolhido para a elaboração do Projecto Final (teórico-prático) encontra-se dentro da área do Design Gráfico e do período do Estado Novo Português, concentrando-se, especificamente, no Design Editorial dirigido à Mulher da época em análise.

Assim, e por haver uma grande quantidade de objectos gráficos dirigidos à Mulher no período de tempo compreendido entre 1926 e 1974, esta investigação tem como objecto de estudo alguns dos periódicos de teor feminino publicados durante o Estado Novo, nomeadamente nas décadas de 40 e 50, como forma de cingir a área de aprofundamento a uma fracção cronológica e também por ser nestas décadas que se verifica um aumento significativo deste tipo de publicações. Como tal, do acervo da Biblioteca Nacional de Portugal e da Hemeroteca Municipal de Lisboa, foram seleccionadas dez revistas dirigidas à Mulher com base nos seus conteúdos e estratégias visuais utilizadas, e ainda, por serem as publicações mais emblemáticas da época. São estas publicações as seguintes:

- **Modas e Bordados** (1912-1975)
- **Eva: Jornal da Mulher e do Lar** (1925-1989)
- **Mocidade Portuguesa Feminina: Boletim Mensal** (1939-1947)
- **Arte Feminina** (1942-1944)
- **Os Nossos Filhos** (1942-1964?)
- **Mãos de Fada: Revista de Lavoros Femininos** (1945-1955)
- **Menina e Moça: A Melhor Revista para todas as Raparigas** (1947-1974)
- **Jornal Magazine da Mulher** (1950-1955)
- **Crónica Feminina** (1956-?)
- **A Mulher do Lar** (1957-?)

Metodologia Projectual — No percurso deste estudo a estratégia utilizada para o desenvolvimento do projecto final e respectiva dissertação adopta uma metodologia essencialmente de carácter qualitativo, empírico e teórico. Existindo duas fases distintas

que decorrem lado a lado. Uma não intervencionista, que incidirá numa pesquisa aprofundada sobre as temáticas teóricas pertinentes para a análise e entendimento da temática do Design Editorial destinado à Mulher do Estado Novo, portanto, o Estado Novo e o design editorial da época (revistas, tipografia e imagética) e a condição da Mulher, também da mesma época. Trata-se assim de uma investigação de observação directa e interpretativa, na qual a sensibilidade do investigador tem uma grande importância e, numa outra fase, intervencionista activa, que consiste no desenvolvimento prático do objecto de Projecto Final, onde se pretende aplicar os conhecimentos adquiridos na primeira etapa.

Estrutura, Modelo Teórico e Quadro Conceptual — Neste estudo, como tópico investigativo principal, temos as Características do Design Editorial dirigido à Mulher da época do Estado Novo, onde se procurou responder às seguintes questões: Quais são essas características? Contribuiu o Design Editorial dirigido à Mulher para a “manipulação”/“controlo” da sua maneira de estar, pensar, vestir, etc? E de que forma é que as publicações analisadas, através dos seus conteúdos — e sobretudo dos seus recursos gráficos — contribuíam para uma imagem idealizada da mulher?

Para responder a estas questões elaborou-se uma contextualização da época que começa por apontar as características base do regime do Estado Novo a nível político, social e cultural e, posteriormente, tenta-se aprofundar a temática do Design Editorial desta época. Este período da história portuguesa foi marcado por uma forte propaganda, na qual, o Design Editorial teve também um papel relevante na divulgação dos ideais do Governo de Salazar. Desta forma, e por existir uma clara falta de bibliografia especializada neste tema, houve a preocupação de se procurar desconstruir ideias e conceitos através da leitura de textos que abordassem as áreas que o Design abrange e outras que lhe são afins, como as artes plásticas, a publicidade, etc., desconstruindo essa que se estendeu, igualmente, à imagética idealizada do Estado Novo. Assim, foram lidas diversas obras de António Ferro que motivou esta imagética através da ideologia do Bom Gosto e da Política do Espírito, bem como a obra “Salazarismo e Artes Plásticas” de Artur Portela e ainda, alguns discursos de Oliveira Salazar. Estas obras foram então tomadas em conta na elaboração do primeiro capítulo que se intitula “Design Gráfico da Época do Estado Novo”.

No segundo capítulo intitulado “A Mulher da Época do Estado Novo” faz-se uma contextualização a nível social, mais específica, da condição da Mulher da época do Estado Novo, como forma de obter um entendimento do seu papel na sociedade portuguesa, bem como as suas características limitativas impostas ao sexo feminino e as ideologias baseadas em conceitos como “A Mulher Ideal” e “O Retorno da Mulher ao Lar”. Para isso procedeu-se à leitura dos seguintes textos: *A Cada Um o Seu Lugar. A política feminina do Estado Novo* de Irene Flunser Pimentel e *Mulheres em Tempos Sombrios - Oposição feminina ao Estado Novo* de Vanda Gorjão, entre outros.

A Mulher, era portanto, um dos alvos da ideologia e da cultura do Estado Novo. Este procurava transmitir uma imagem idealizada da mulher no lar, onde os trabalhos domésticos eram os mais apropriados para estas, ou seja, a ideologia Salazarista procurava separar a mulher do espaço público, o qual pertencia ao homem, mantendo-a num ambiente privado onde cuidaria do lar, dos filhos e do marido. Isto também se revelava nos vários objectos editoriais destinados ao sexo feminino, nomeadamente os periódicos. Assim, recolhendo e analisando as várias características e diferentes elementos destes objectos gráficos, pretendeu-se perceber o poder dos mesmos e de que maneira contribuíam para a manipulação de comportamentos e mentalidades, bem como para a criação da imagem da Mulher Ideal. Surge assim, o terceiro capítulo, onde se procedeu a uma análise conclusiva, posterior à análise individual de cada um dos dez periódicos objectos de estudo, incluída nos Anexos (Anexo I), na qual se aprofunda as características dos mesmos, segundo o Público-alvo, a Temática, as Dimensões, o Sistema de Grelha, as Cores, os Tipos de Letra, a Ilustração, a Fotografia, a Publicidade, a Infografia e as Técnicas de Produção.

Neste terceiro capítulo, por ser mais direccionado para o Design, estudaram-se diversas obras teóricas do período em questão, assim como outras mais contemporâneas. Contudo, para a interpretação das influências que afectaram a publicações analisadas procedeu-se à leitura de obras como *The New Typography* de Jan Tschichold e *Mise en Page* de Alfred Toller.

No último capítulo deste estudo, é feita uma introdução ao objecto de Trabalho de Projecto, explicitando o processo de origem do mesmo. No percurso desta investigação, foi elaborada uma recolha de diferentes elementos com o objectivo final de criar um objecto editorial constituído por uma narrativa visual. Assim, partindo do corpo de revistas femininas seleccionadas das décadas de 40 e 50, do Estado Novo, procedeu-se ao estudo dos conteúdos textuais das publicações, de maneira a sistematizar as suas temáticas, de carácter pedagógico da mulher, que abrangem assuntos como a decoração, beleza, moda, como uma mulher se deve comportar, socializar, etc; identificou-se as estratégias gráficas utilizadas para transmitir estes conteúdos, como por exemplo: as ilustrações, que permitiam um melhor controlo sobre a imagem idealizada da mulher face à fotografia; as figuras sempre felizes e idealizadas; o caos visual, criado pela utilização exagerada de fotografia, ilustração e texto, etc. Com base nestas características recolheram-se imagens, páginas, *spreads* e textos/artigos de forma a criar novas ligações entre os conteúdos e, assim, propôr uma nova interpretação destes mesmos objectos de estudo. Ou seja, com a recolha/apropriação destes fragmentos físicos de memória, que constituem uma representação daquilo que se viveu na época do Estado Novo a nível social, histórico e estético, procurou-se gerar uma nova leitura visual que funcione como um arquivo, num objecto editorial final. Portanto, um livro-arquivo que constitui uma reunião das principais particularidades destas publicações, reorganizadas de forma a transmitir uma perspectiva e visão pessoal e que propõe novas relações

entre os seus conteúdos textuais e gráficos, através da desconstrução das suas relações originais que tinham um forte carácter propagandístico. Portanto, este objecto final tem como objectivo convocar, através do design editorial, um olhar crítico, reflexivo e actualizado em torno dos conteúdos das publicações femininas da época, ou seja, da construção da imagem idealizada da mulher.

Como forma de teorizar este processo, aprofundaram-se conceitos como a noção de arquivo, através da leitura de textos que abordam este assunto, como a obra *Arqueologia do Saber* de Michel Foucault, *Mal de Arquivo* de Jacques Derrida e *The Archive* de Charles Merewether, e ainda, o conceito de designer como autor, editor e produtor, de maneira a explicar a função do designer neste projecto, para o qual se teve em conta os textos *The Designer as Producer* e *Reading and Writing* de Ellen Lupton, *Graphic Authorship* e *Fuck Content* de Michael Rock, *A Morte do Autor* de Roland Barthes, e ainda, *O que é um autor?* de Michel Foucault.

Resumindo, então, a primeira parte deste projecto, ou seja, a parte teórica, encontra-se estruturada em quatro capítulos principais:

- 1 - O Design da época do Estado Novo (Contextualização Histórica)
- 2 - A Mulher da época do Estado Novo (Contextualização Social)
- 3 - Análise a 10 Periódicos dirigidos à Mulher na Época do Estado Novo (Análise Conclusiva)
- 4 - Projecto Livro-arquivo (Justificação do Objecto Editorial Final)

A segunda parte do projecto é constituída pelo Desenvolvimento Projectual desta investigação que corresponde à produção do objecto editorial. Para a sua elaboração são tomados como referência dois objectos editoriais, que se podem considerar como parte do Estado da Arte: O primeiro, *Fragments of History and Visual Research*, da ilustradora e designer Karen Lacroix, explora diferentes modos e práticas de publicação. O segundo, *FOUNT, an incomplete guide to book making*, produzido por Jackson Lam, Adam Chelstov, Jérôme Rigaud e Åbäke, composto de uma selecção de partes de livros e desenhos raros, conjugados com comentários em texto, imagens ou desenhos, que constituem um livro sobre como fazer o seu próprio livro.

Estas duas publicações apresentam características semelhantes ao que se pretende realizar nesta etapa do projecto, que consiste na selecção, organização e reunião de diversos elementos de uma temática específica num todo, de maneira a fomentar uma nova leitura. Portanto, como referido a cima, foi feito um levantamento e uma análise das várias características e dos elementos das dez publicações periódicas seleccionadas, como os conteúdos textuais e as estratégias gráficas utilizadas e, através destes, elaborou-se um objecto gráfico, em suporte livro, que regista e retrata a Mulher desta era da cultura portuguesa, moldada pelos ideais do Governo, reflectindo sobre os conteúdos das publicações femininas da época e do seu contributo para a criação de uma imagem idealizada da mulher.

1. O DESIGN DA ÉPOCA DO ESTADO NOVO

1.1. Ideologia do Estado Novo

Com o fim da Primeira Guerra Mundial a antiga ordem política do mundo acaba derrubada, dando lugar a várias revoluções sociais, que por sua vez abririam caminho a novos regimes políticos. Esta época, é então, marcada pela presença do fascismo, do comunismo e do capitalismo, três linhas de força política que procuravam vingar e liderar. Assim, e como já tinha sido posto à prova no primeiro conflito mundial, a propaganda política imagética adquire um papel de extrema força e importância, ou seja, a expressão gráfica acaba por se tornar um meio de comunicação estratégico decisivo dando forma a valores e sentimentos que se aliavam a ideologias políticas. Assim, “A utilização da comunicação visual foi determinante no despertar de consciências e a sua instrumentalização sinónimo de uma eficiente estrutura de manipulação de massas”¹.

O cartaz, suporte precursor de propaganda, nesta altura usado para incentivo ao alistamento e à mobilização de massas, utilizava símbolos, palavras, letras, imagens e vários elementos que criavam uma concepção gráfica e visual ligada a valores e factos históricos. Estes suportes serão elementos de inspiração para a propaganda política que se verificará pela Europa no Pós-Guerra.

A participação de Portugal (ao lado dos Aliados) na Primeira Guerra Mundial teve, como consequências, elevados custos económicos e sociais, um considerável número de perdas humanas, resultando claro, numa grande e sentida instabilidade política que se manifestou em protestos e crises políticas que culminaram no golpe militar de 28 de Maio de 1926. O país fica assim, entregue à Ditadura Militar que seria, na Constituição de 1933, transformada e denominada de Estado Novo, regime que se manterá no poder até 25 de Abril de 1974 (Revolução dos Cravos). A ditadura salazarista teve no intanto a virtude de impor a ordem num país que se encontrava num caos político, financeiro e social.

O Novo Regime que Salazar fundou e idealizou (1933-1974), criou uma iconografia cujas bases se prendiam essencialmente com evocações históricas, valores morais e simbologias que marcavam o País. Era objectivo, de Oliveira Salazar, conquistar nos Portugueses o orgulho pela Pátria, e ao mesmo tempo, manter Portugal num país de “brandos costumes”.

Surge então, António Ferro, jornalista do Diário de Notícias e admirador sincero do fascismo, que depois de ter viajado pelo mundo para elaborar várias entrevistas a diversos chefes políticos, entrevista Salazar em 1933.

Durante esta entrevista, Ferro aborda a falta e a importância da valorização do património cultural do país, constituindo este, em si, a face da nacionalidade, ou seja, o que se vê do exterior: “(...) um país, afinal, é uma grande empresa que aufere tanto mais

¹ Margarida Fragoso, *Design Gráfico em Portugal: Formas e Expressões da Cultura Visual do Século XX*, 2012, p. 23.

lucros morais e até materiais, quanto mais inteligente e honestamente for conhecido”². António Ferro insiste também, na urgência que existe em realçar as artes perante a evolução do país, acompanhando e expressando o momento e o presente, de forma a marcar essa época: “(...) as artes e as letras foram sempre consideradas como instrumentos indispensáveis à elevação dum povo e ao esplendor duma época. É que a arte, a literatura e a ciência constituem a grande fachada duma nacionalidade, o que se vê lá de fora...”³. Referindo ainda:

“(...) que se é justo e necessário a conservação do nosso património artístico, é igualmente justo, e talvez mais urgente, pensar na arte viva que deve acompanhar a nossa evolução, que deve ser da expressão do nosso momento. Há aí duas dúzias de rapazes, cheios de talento e mocidade, que esperam ansiosamente, para serem úteis ao seu País, que o Estado se resolva a olhar para eles”⁴.

Em conclusão, “O que Ferro propõe a Salazar é simples, e é forte: a mobilização da arte, da literatura e da ciência para a construção da «grande fachada de uma nacionalidade», a nacionalidade que Salazar se propunha a refazer”⁵. Assim, como forma de implementação de uma consciência fascista e ideológica, é criada uma estética que tem como principal objectivo a educação e a moldagem de mentalidades:

“Estado unanimista, o Estado fascista força as consciências, irracionaliza, «visceraliza» a ideologia, mas não deixa de ser quem sócio-económica e socio-culturalmente é. (...) O salazarismo necessitou de uma afirmação e de uma comunicação instaladora. E usou a linguagem mais eficaz. Foi o seu período fundador e plebiscitário. (...) Instalado, o salazarismo vai «ilustrar» plasticamente o seu discurso ideológico”⁶.

1.2. O Secretariado da Propaganda Nacional

Ainda no mesmo ano, Salazar cria então, o Secretariado da Propaganda Nacional e chama António Ferro para a sua direcção. Este novo organismo do Estado, torna-se desta forma, na oportunidade de Ferro fazer aquilo que ambicionava e a que se propunha. O director do S.P.N. procurava promover uma arte moderna que fazia propaganda aos feitos do regime através de uma doutrina chamada de Política do Espírito, uma política de fomento cultural aliada aos fins políticos do regime, sobre a qual já havia escrito um artigo que fora publicado, em 1932, no jornal Diário de Notícias:

“Política do Espírito: O desenvolvimento premeditado, consciente, da Arte e da Literatura é tão necessário, afinal, ao progresso de uma nação como o desenvolvimento das suas ciências, das suas obras públicas, da sua indústria, do seu comércio e da sua agricultura. (...) A Política do Espírito (Paul Valéry

2 António Ferro, *Apontamentos para uma Exposição*, 1948, p. 10.

3 António Ferro, *Salazar, o homem e a sua obra*, 1933, p. 86.

4 *Ibidem*, p. 89.

5 Artur Portela, *Salazarismo e Artes Plásticas*, 1987, p. 12.

6 *Ibidem*, p. 136.

acaba de fazer uma conferência com o mesmo título) não é apenas necessária, se bem que indispensável em tal aspecto, ao prestígio exterior da nação: é também necessária ao seu prestígio interior, à sua razão de existir. Um povo que não vê, que não lê, que não ouve, que não vibra, que não sai da sua vida material, do Deve do Haver, torna-se um povo inútil e mal humorado. A Beleza - desde Beleza moral à Beleza plástica - deve constituir a ambição suprema dos homens e das raças. A literatura e a arte são os dois órgãos dessa aspiração, dois órgãos que precisam de afinação constante, que contêm, nos seus tubos, a essência e a finalidade da Criação”⁷.

Esta vontade de transformação e renovação é fortemente demonstrada no discurso que proferiu na comemoração dos dez anos do S.P.N., intitulado de Dez Anos de Política de Espírito:

“Da minha vida inquieta de escritor e de artista, nem sempre ortodoxa, nem sempre de um puritanismo impecável, salvara-se, pelo menos, como elemento construtivo, como força positiva, a minha ânsia de renovação, o meu desejo de um Portugal desempoeirado, um Portugal de alma antiga e de sensibilidade nova”⁸.

Contudo, para Oliveira Salazar a importância do papel do Secretariado da Propaganda Nacional prende-se mais fortemente com o conceito, em si, da palavra “Propaganda” e com a necessidade da utilização desta de modo a criar e desenvolver uma “educação política” que se aliasse à ideologia do Estado Novo e à valorização da Pátria, deixando assim, para segundo plano, o lado artístico que é tão pertinente para o director deste organismo político: “Sempre que abordei este assunto tenho ligado a propaganda à educação política do povo português e lhe tenho atribuído duas funções – informação primeiro; formação política, depois”⁹. O Chefe Político do Estado acrescenta:

“Ainda que todos os esforços da educação na família e na escola convirjam hoje para a mesma finalidade geral da cultura do patriotismo, alguma coisa mais se exige e é necessária a cargo de organismo próprio que pela propaganda e actividade específica crie e alimente a consciência pública e forme o escol político capaz de conduzir e realizar os imperativos nacionais”¹⁰.

Insistindo também, numa abordagem positiva: “(...) — não podemos teimar em fazê-la no sentido negativista e crítico mas à volta de um pensamento reconstrutivo do Portugal de amanhã”¹¹.

António Ferro, será então uma personagem muito significativa na construção da imagética do Estado Novo e na criação da Política do Espírito. Ferro, representa então “(...) um estilo: um futuro fascismo imediatista, de intervenção psico-social, a mobilização das artes plásticas para a visualização do regime feito Estado”¹². Sendo, ainda, importante referir que estas características já se faziam mostrar, no director, anteriormente ao Novo Regime e à sua direcção do Secretariado da Propaganda Nacional.

7 cit. por Fernando Guedes, *António Ferro e a sua Política do Espírito*, 1997, p. 63.

8 António Ferro, *Dez Anos de Política do Espírito: 1933-1943*, 1943, p. 17.

9 António de Oliveira Salazar, Fins e Necessidade da Propaganda Política. In *Discursos e Notas Políticas*, Vol. III, [(1940) 1945], p. 195.

10 *Ibidem*, p. 201.

11 *Ibidem*, p. 203.

12 Artur Portela, *Salazarismo e Artes Plásticas*, 1987, p. 134.

Ferro nasceu em 1895 e teve uma juventude virada para as artes e para o modernismo anti-saudosista da Europa. Foi editor da revista *Orpheu*, que é publicada em 1915 e que terá, no total, dois números. Teve ainda, uma grande actividade literária, publicou livros, realizou conferências e foi crítico literário e teatral para o jornal *Diário de Lisboa*. Inicialmente, era apenas colaborador da revista *Ilustração Portuguesa* e redactor do jornal *O Século* acabando por ser convidado, em 1921, para ser director deste magazine ilustrado que pertencia a esse mesmo jornal.

António Ferro já tinha, anteriormente, manifestado aquilo que era para ele o papel e o valor dos periódicos: “O magazine é a espuma da vida, tudo quanto ela tem de branco, de rendilhado”¹³. Foi portanto, com este espírito que Ferro procedeu ao desenvolvimento de um magazine que tinha como intuito reinventar Lisboa.

Em Outubro de 1921, o director da *Ilustração Portuguesa* concede uma entrevista à própria revista, onde enumera os seus propósitos para o periódico, e onde podemos verificar claramente, uma visão bastante semelhante à acção que o SPN porá, mais tarde, em prática, ou seja, a valorização daquilo que é tipicamente português, como forma de mostrar Portugal aos portugueses e ao mundo:

«Antes de mais nada, eu pretendo modernisar a “Ilustração Portuguesa: pôr vinte e quatro anos nas suas vinte e quatro paginas... Mais do que o livro, mais do que o teatro, o “magazine” tem que viver a sua epoca, tem que documentá-la, tem que fixar-lhe as memórias. O “magazine” tem grande afinidade com o cinema. O papel “couché” é o “ecran” dos “magazines”. O “magazine” tem que estar certo como a hora oficial. O criterio contemplativo, o criterio ferro-velho de certas revistas, não é o que mais convem. Olhe-se, com ternura para o passado, não se viva no passado. Assim como o cinema criou uma humanidade fotogenica, o “magazine” criou o seu mundo, o mundo grafico, um mundo que é demasiado vasto para permitir qualquer divagação. O “magazine” é o Concurso Hipico das Horas. (...) Não! A “Ilustração Portuguesa” não esquecerá Portugal. Procurará fazer-se uma revista Europeia mas integrando-se na vida portuguesa. Procurará mostrar Portugal aos portugueses, procurará, com o auxílio de todos, estilisar a raça. A linha do bailado português, por exemplo, está por descobrir. Encontrada essa linha, Portugal pode ter a sua companhia de bailados, como os russos, bailados modernos, arcoirizados, bailados de côres bôbescas... nas nossas danças populares, nos nossos trajes regionais, nos nossos costumes, temos materia prima para estilisações admiraveis, temos tintas de sobra para um grande cartaz a pôr na Europa, a pôr no mundo.»¹⁴

Com a direcção de Ferro, a presença de artistas e escritores modernos, passa a ser uma constante neste periódico. Assim, Jorge Barradas e Bernardo Marques tornam-se colaboradores, onde ilustram diferentes textos, tais como crónicas, poemas, novelas, capas, entre outros. Também acabam por se juntar à equipa, escritores e artistas como Almada Negreiros, Cotinelli Telmo, Milly Possoz, Diogo Macedo, Stuart Carvalhais, António Soares, etc.

A *Ilustração Portuguesa* é ainda, hoje em dia, considerada como um retrato dos portugueses, tendo acompanhado o evoluir da sociedade portuguesa daquele tempo.

13 António Ferro, *Teoria da Indiferença*, [(1920) 1979], p. 78.

14 António Ferro, In *Ilustração Portuguesa*, nº 816, 8 de Outubro de 1921, pp. 232-233.

Contudo, não é por muito tempo que Ferro se mantém director desta revista. A arte modernista ainda não era muito bem recebida nesta época e como resultado, o periódico começa a perder alguns dos seus leitores. Desta forma, acabam por conseguir afastar António Ferro do seu cargo, aproveitando a sua ausência durante uma das suas muitas viagens.

Voltando a 1934, o Secretariado de Propaganda Nacional (SPN) tinha então, nas suas mãos, o poder e o dever de moldar e manipular a comunicação visual de maneira a servir o Regime, que assume como principais linhas de força a exploração de conceitos que impunham toda a ideologia rural e cristã que Salazar criou e que se prendiam com as epígrafes “Deus, Pátria e Família”.

No entanto, podemos verificar que toda esta manipulação é, curiosamente, elaborada de uma forma que se afasta do propósito e da ideia de “afirmação de poder” que se observava nos regimes autoritários do resto da Europa e contemporâneos do mesmo. Ferro procurava antes, a criação de uma estética e de um “gosto” de dimensões tradicionalistas e regionalistas, com os quais os portugueses se apaixonassem:

“O futuro é a nossa matéria-prima, o barro com que trabalhamos. Respeitamos o passado, saberemos torná-lo presente quando for preciso, mas a nossa acção, dentro da Política de Espírito, como órgão dirigente da Propaganda Nacional, é trazer para a luz, incorporar na vida activa da Nação, todos os seus valores desconhecidos, caluniados ou combatidos”¹⁵.

António Ferro procurava assim:

”contribuir para a criação de uma consciência cívica e política no povo português, dar à vida nacional uma fachada impecável de bom gosto onde não seja possível uma garatuja numa parede ou um gatuno nas ruas (...); fomentar a nossa actividade editorial em moldes mais ordenados; provocar a publicação de mais algumas revistas de Arte que fazem falta no panorama da nossa Cultura;(...”¹⁶.

Este processo, é então, fortemente conduzido no sentido da criação do “gosto” através do uso e da recuperação de elementos antigos, rústicos e etnográficos, da utilização de formas delicadas e agradáveis que reflectiam um Portugal pacífico e aprazível. E ainda, as famosas três palavras “Deus, Pátria e Família”, que eram usadas e associadas a imagens de forma exaustiva, transmitindo ideais de paz, felicidade e segurança familiar. É desta forma criado, o conceito de Bom-Gosto que se encontra fortemente ligado à Política do Espírito:

“(...) política global, integrada, de propaganda de já acção psico-social, de lição estética, de transformação sócio-cultural: o cinema, o teatro, o jornal, a rádio, a festa, o cartaz, a montra, a exposição, a decoração, o «bom-gosto», as artes gráficas, a publicidade, o turismo, a invenção do rosto cultural moderno do regime, a mobilização de consideráveis sectores culturais e artísticos portugueses”¹⁷.

15 António Ferro, *Arte Moderna: Discursos*, 1949, p. 19.

16 António Ferro, *Dez Anos de Política do Espírito: 1933-1943*, 1943, p. 23.

17 Artur Portela, *Salazarismo e Artes Plásticas*, 1987, p. 53.

Com a Política do Espírito, Ferro pretendia ainda, além da divulgação no estrangeiro, a divulgação no próprio país, de forma a apelar, nos portugueses, o orgulho em Portugal, alterando assim, o espírito de inferioridade bastante característico do povo português da época:

“E não se diga, sequer, que tal propaganda constitui, apenas um serviço exterior, porque a sua repercussão interna forjou, em poucos anos, uma das grandes armas da nossa política interna, tanto mais que muitos portugueses sofrem o complexo de inferioridade de só acreditarem que fizeram alguma coisa quando os estrangeiros lho repetem, quando se sentem envaidecidos com os seus elogios. Sintomas, talvez, de subserviência, teimosos vestígios da nossa decadência, da nossa bisonha desconfiança de nós próprios, mas com os quais não pode deixar de se contar na obra apenas começada da nossa restauração moral, na lenta reintegração do nosso legítimo amor próprio...”¹⁸.

1.2.1. O Modernismo e o Portuguesismo

Como forma de instaurar a sua Política do Espírito, Ferro procura encontrar uma linguagem estética que acompanhasse o progresso e, ao mesmo tempo, mantivesse a fundamentação tradicionalista do país. Pretendia assim, a criação de uma imagem da identidade nacional que fosse “moderna mas portuguesa”, gerando uma nova estética e estilo português que se traduzia grande parte, em colocar em prática o modernismo e a sua arte. Contudo António Ferro declara que:

“Não foi apenas, aliás, para proteger e estimular a arte moderna portuguesa – e já era objectivo suficiente – que nos lançámos nesta campanha. O outro pensamento que sempre nos dirigiu foi o da criação de uma equipa de renovadores que saíssem da receita, do convencional, que contribuíssem para a elevação do nível do nosso gosto, para acertarmos o passo, dentro e fora do País, que fizessem do nosso Organismo um viveiro de todas as manifestações estéticas do ressurgimento português, para sermos do nosso tempo sem esquecer o tempo...”¹⁹.

Ferro sempre teve uma certa receptividade e estima pela estética modernista, o que o leva a chamar, para trabalhar no organismo do Secretariado da Propaganda Nacional, as “duas dúzias de rapazes, cheios de talento” de que falou a Oliveira Salazar. E, apesar de alguns destes artistas modernos não serem a favor do regime, os mesmos aproveitaram esta circunstância para poderem trabalhar, tendo em conta que a situação portuguesa a nível artístico se encontrava bastante complicada. Desta forma, o Modernismo acaba realmente por alcançar um papel importante na criação da estética do Estado Novo, o que apenas acontece quando os interesses dos artistas se reúnem com os interesses do Estado, ou seja, quando ambos têm como objectivo, conquistar um público.

Assim, colaboram com o regime, na construção visual da Política do Espírito, diversos artistas modernos, tais como: Bernardo Marques (1898-1962), Emmerico Nunes (1888-1968), José Rocha (1907-1982), Carlos Botelho (1899-1982), Paulo Ferreira (1911-1999),

18 António Ferro, *Dez Anos de Política do Espírito: 1933-1943*, 1943, p. 16.

19 António Ferro, *Arte Moderna: Discursos*, 1949, p. 40.

Manuel Lapa (1914-1979), Maria Keil (1917-2012), Tomaz de Mello “Tom” (1906-1990), Roberto Araújo (1908-1969), Almada Negreiros (1893-1970) e Fred Kradolfer (1903-1968).

É criada então, uma excelente equipa de profissionais de inigualável criatividade, que permitiam a Ferro a apresentação de projectos, para a estruturação da imagem do Estado, de uma enorme qualidade estética. Por outro lado, o Regime também permitia a estes artistas (graças a António Ferro), a oportunidade de trabalharem em inúmeros e diferentes projectos onde possuíam maior orçamento e maior liberdade de criação, claro, dentro de um compromisso com a ideologia e espírito moderno que era conferido ao Estado Novo:

“A arte necessitou, em certo sentido, e com as excepções que se sabe, e se reconhece, do regime. Mas o regime, ele, necessitou absolutamente da arte. Foi a arte que o expôs, o pintou, o esculpiu, o arquitectou, o visualizou. O discurso do regime, que se queria também cultural e moral, necessitava absolutamente da arte para o seu rosto, a sua fachada, a sua constante recorrência ao passado, a demonstração da sua capacidade realizadora”²⁰.

Embora o país tenha entrado no século ainda com as artes plásticas e literárias profundamente marcadas pelo classicismo racionalista e naturalista, que demonstravam uma forte resistência à inovação e onde se verificava uma sobreposição dos interesses materiais dos burgueses aos interesses culturais que condicionavam a liberdade de expressão, o modernismo, até então desconhecido no país, tinha sido trazido para Portugal por artistas, na sua maioria portugueses, que tinham estado no estrangeiro. A partir desse momento, organizam-se vanguardas de contestação e inicia-se o modernismo que, enquanto movimento estético e literário de ruptura com o passado, irrompe em Portugal em uníssono com a arte e a literatura mais avançadas da Europa, sem prejuízo, todavia, da originalidade nacional: “Em poucas palavras, poder-se-ia talvez dizer que o Futurismo²¹ é a rejeição do que existe para permitir a construção afanosa de um mundo novo; (...)”²². Desta forma, este novo movimento atribui a este novo estilo português:

“Uma modernidade que nada tem a ver com a ruptura do modernismo. Que se serve de alguma caligrafia, de alguns avanços, de alguns apports do modernismo, mas que se quer legível, didáctica, cenográfica, empolgante. E que tacteia, e começa a encontrar, de uma forma avulsa, emblemática, um portuguesismo. Uma modernidade marcada pelo imprevisto, pela criação colectiva. É, desde logo, uma forma de expor”²³.

Portanto, apesar do país se encontrar num certo isolamento relativamente à modernidade que se verificava noutros países, situação esta transmitida através da conhecida expressão de Oliveira Salazar “orgulhosamente sós”, o início do regime manifesta-se, a nível artístico, bastante progressista. A qualidade dos cartazes, publicações, ilustrações, peças de mobiliário, pavilhões, exposições, e muitos outros projectos artísticos elaborados pela equipa do SPN,

20 Artur Portela, *Salazarismo e Artes Plásticas*, 1987, p. 137.

21 Futurismo: movimento modernista

22 Fernando Guedes, *António Ferro e a sua Política do Espírito*, 1997, p. 9.

23 Artur Portela, *Salazarismo e Artes Plásticas*, 1987, p. 50.

conseguiu acabar com os vestígios do classicismo que ainda prevaleciam e, desta forma, fixar uma nova estética gráfica marcada pela conciliação de uma visão moderna com a identidade nacional do país. Esta, procura por um “estilo moderno, mas português”, implicando, o desenvolvimento de um espírito nacionalista que tinha como objectivos a valorização da história e tradição e, paralelamente, da modernidade e da sua arte:

“Seja, porém, como fôr, sejam quais forem as acusações que se façam à nossa Política do Espírito, a verdade é que ninguém pode deixar de reconhecer que se tem elevado notavelmente o nível do nosso gosto e que nunca se protegeram tanto, em nenhum período da nossa história contemporânea, os artistas e os escritores”²⁴.

Ou seja, devido à forte ligação de António Ferro com o modernismo, este contribui para o reconhecimento e valorização dos artistas e da arte, facto que também se confirma através dos prémios artísticos que eram concedidos pelo SPN, aquando das exposições dos Salões de Arte Moderna do organismo. No seu discurso fica ainda patente a necessidade que teve em proteger e defender a arrojada estética (para aquela época) da sua equipa técnica.

A equipa do Secretariado da Propaganda Nacional foi também responsável pela participação de Portugal nas exposições internacionais, a começar pela Exposição Internacional de Paris em 1937 e, posteriormente, em 1939, pela Exposição Internacional de Nova Iorque. Estas eram, então, um meio bastante favorável à difusão da imagem do país no estrangeiro e à angariação de apoios, daí a sua pertinência. Por outro lado, a arte efémera dos pavilhões, criados nessas exposições beneficiava o desenvolvimento de técnicas e competências entre diferentes artistas e ofícios. Desta maneira, era estimulado o domínio de várias técnicas em simultâneo, tais como o desenho, escultura, fotografia, pintura e, ainda, as noções de capacidades e limitações dos recursos e materiais, que eram associadas à versatilidade e capacidade de trabalho destes profissionais, permitindo resultados de uma qualidade bastante criativa e elevada.

1.2.2. Exposição do Mundo Português, 1940

Todavia, a Exposição que se segue, realiza-se em Portugal e surge como comemoração do duplo centenário da fundação e restauração do país. Desta vez, com um propósito mais interno, ou seja, uma exposição para os portugueses com o objectivo primordial de afirmar a identidade nacional consolidada em oito séculos de história, tal como transmitido por Salazar:

“Seria, primeiro, dar ao povo português um tónico de alegria e confiança em si próprio, através da evocação de oito séculos da História – que foram simultaneamente oito séculos da História do mundo, e através da solidez e eternidade da sua independência”²⁵.

24 António Ferro, *Dez Anos de Política do Espírito: 1933-1943*, 1943, p. 19.

25 António de Oliveira Salazar, *Comemorações Centenárias*. In *Discursos e Notas Políticas*, Vol. III, [(1938) 1945], p. 42.

A Exposição do Mundo Português teve lugar em Lisboa, na zona de Belém, junto ao rio Tejo. Composta por secções de História, Etnografia e do Mundo Colonial, a exposição dividia-se de seguinte maneira:

“...em primeiro lugar, a projecção sobre o passado, com uma galeria de imagens heróicas da fundação e das existências nacionais, da função universal, cristã e evangelizadora, da Raça, da glória marítima e colonial, do Império; em segundo lugar, a afirmação das forças morais, políticas criadoras do Presente; em terceiro lugar, um acto de fé no futuro. Esses três objectivos resumem-se num só: testemunho e apoteose de Consciência nacional”²⁶.

Entre os seus inúmeros pavilhões (Fig.1 e Fig.2) destacavam-se o pavilhão da Honra, de Lisboa, da Fundação, Formação, Conquista, da Independência, dos Descobrimentos, da Colonização, dos Portugueses no Mundo e, ligado a este último, o pavilhão de Portugal de 1940, dirigido por António Ferro. Ainda, junto da Torre de Belém estava o Padrão dos Descobrimentos e também, uma reprodução das antigas caravelas. Do conjunto, Portugal surgia como cabeça de um imponente império e dono de um passado de glórias extraordinárias.

Esta exposição concretiza-se perante uma Europa arrasada pelos massacres, destruições e muitos milhares de mortes causadas pela realidade da Segunda Guerra Mundial, o que acaba por se transformar num factor que o governo vai aproveitar para dar a conhecer a independência e neutralidade do país perante a Guerra, mostrando-o como um lugar de tranquilidade e paz em contraste com o medo e caos que se vivia na Europa. Esta circunstância procurava revelar também a eficácia governativa do regime, capaz de manter Portugal longe dos problemas mundiais assoladores, num clima de progresso e prosperidade.

António Ferro aproveitava, em várias ocasiões, para referir este acontecimento como elemento de prova, e evidenciar o importante trabalho dos artistas modernos, que conseguiu alcançar o encontro perfeito entre o conceito de modernismo e nacionalismo:

“Durante muitos anos nos cansámos a afirmar, contra a descrença e o pessimismo, que havia uma geração de artistas modernos em Portugal, geração que não tinha sido ainda convenientemente aproveitada. (...) Confundia-se desta forma, talvez, sem querer, sem má fé, a nossa pura e saudável campanha de bom-gosto com uma pretendida campanha de arte extravagante e anárquica. Seja como for, a Exposição do Mundo Português, (...) veio provar, duma forma insofismável, indiscutível, que não mentíamos quando afirmávamos que possuíamos uma arte moderna profundamente nacional. Foi essa arte portuguesa mas actual, na sua aplicação às artes decorativas, que levámos para o Chiado. É com essa mesma arte que continuaremos a nossa campanha de renovação, certos da nossa luta permanente, certos de que a paz, tão desejada noutras circunstâncias, é sinónimo de morte nas batalhas do Espírito.”²⁷

26 Artur Portela, *Salazarismo e Artes Plásticas*, 1987, pp. 63-64.

27 António Ferro, *Artes Decorativas*, 1949, p. 17.

Mais uma vez em:

“O alargamento do nosso horizonte literário, o êxito dos nossos pavilhões internacionais, a apoteose da Exposição do Mundo Português na parte que nos coube, entre tantas realizações, respondem por isso, demonstram, definitivamente, que nacionalismo e vanguardismo não são duas palavras incompatíveis, que, pelo contrário, algumas vezes se completam...”²⁸.

Em 1998, Artur Portela reforça esta ideia em *Salazarismo e Artes Plásticas*:

“A Exposição do Mundo Português é síntese e jogo de contradições. É mostra do que foi, num momento crucial do regime, a sua relação com a arte, o seu discurso ideológico-artístico. Mas é também já um princípio de viragem. É o sinal de quase toda a exposição: a modernidade que se contém, se disfarça, se historiciza, se emblematiza, no pormenor. O moderno cita a História. E não apenas porque a Exposição é uma lição de História. Mas porque é esse o programa que a arte do regime se imporá. É uma audácia contida que se impõe um programa de grandeza, de aparato”²⁹.

A par de tudo isto e do *studio* do SPN, existiam também outras agências, que contavam com muitos dos artistas que colaboravam em simultâneo com o organismo do Estado. Através da “Campanha de Bom Gosto” sonhada e lançada por António Ferro, surge ainda, a iniciativa dos Concursos de Montras à qual estavam implícitas as artes da publicidade que ganhavam, nesta época, um papel de grande importância e valor. As agências que mais se destacavam eram então, o atelier Arta existente desde o ano de 1927, o Estúdio Técnico de Publicidade (ETP), fundada por José Rocha em 1936 e ainda, a Agência de Publicidade Artística (APA). Desta forma, as campanhas publicitárias multiplicaram-se nunca descurando a autorização e aprovação do Estado.

Além das campanhas publicitárias para empresas privadas, o ETP foi também responsável pela utilização de tapumes de obras que se encontravam a decorrer, iniciativa tomada por José Rocha em conjunto com Fred Kradolfer, para enchê-los com cartazes em pintura e painéis em relevo iluminado (Fig. 3 - 5), fazendo com que existisse, desta forma, publicidade em toda a parte, que enchia as ruas de cores, tipografia e formas. A agência ETP em colaboração com a APA, desenvolve ainda, uma série de panos de cena publicitários nos teatros e cinemas de Lisboa (Fig. 6 e 7).

28 António Ferro, *Dez Anos de Política do Espírito: 1933-1943*, 1943, p. 17.

29 Artur Portela, *Salazarismo e Artes Plásticas*, 1987, p. 70.

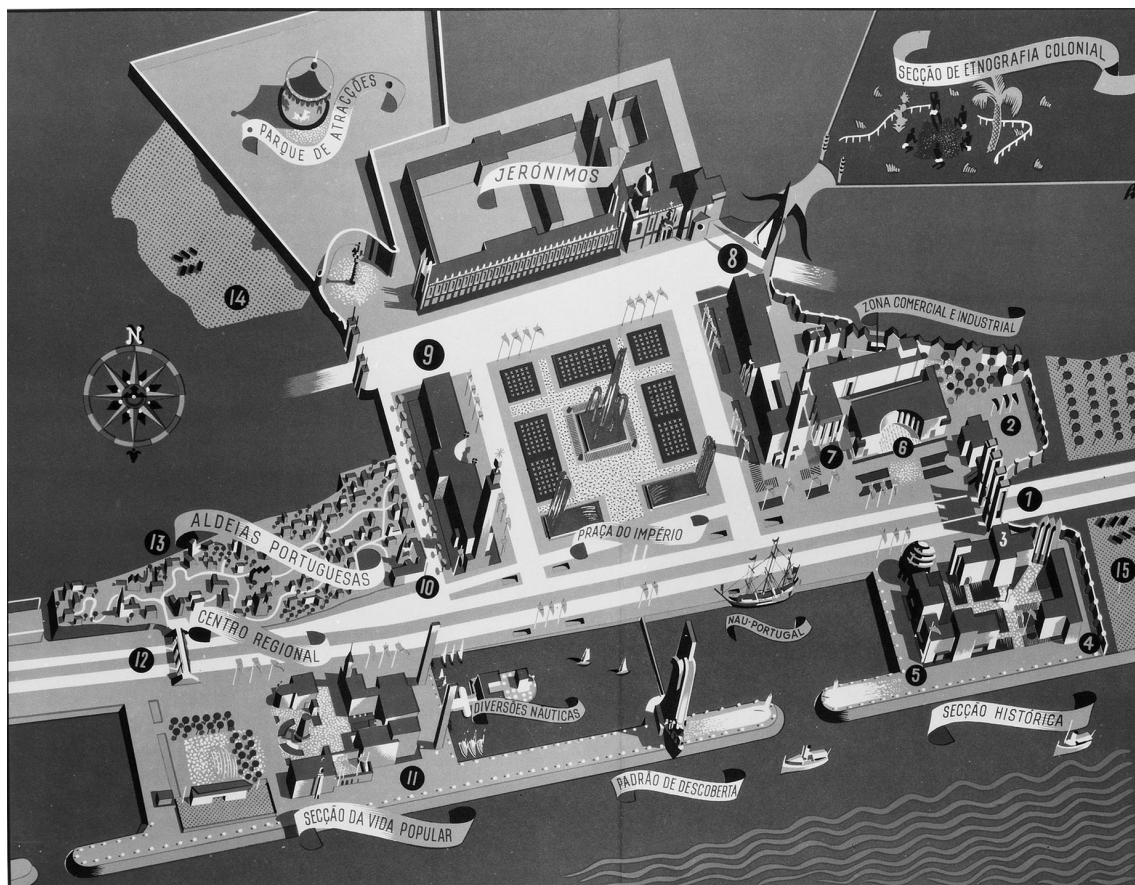


Fig. 1 - Planta Geral da Exposição do Mundo Português por Fred Kradolfer.



Fig. 2 - Vista geral da Exposição do Mundo Português, Lisboa, 1940 - Avenida da Índia e linha férrea de Cascais, à esquerda o Centro Regional/Aldeias Portuguesas, ao fundo à esquerda o Pavilhão dos Portugueses no Mundo e no fundo à direita a Esfera dos Descobrimentos.



Fig. 3 - Cartazes publicitários da ETP utilizados em tapumes de obras em Lisboa por Fred Kradolfer.



Fig. 4 - Cartazes publicitários da ETP utilizados em tapumes de obras em Lisboa por Fred Kradolfer.



Fig. 5 - Cartazes publicitários da ETP utilizados em tapumes de obras em Lisboa por José Rocha.



Fig. 6 e 7- Cartazes publicitários em panos de cena.

1.2.3. Movimentos de Oposição

Ao mesmo tempo que o modernismo de António Ferro exerce o seu papel de transmitir um retrato idílico do país, surgem, mais fortemente no enquadramento do pós-guerra, novos movimentos estéticos e literários de intervenção que existiam, paralelamente à estética oficial do regime: o neorrealismo e o surrealismo.

O neorrealismo é marcado por utilizar a literatura como meio principal de transmissão e por se centrar bastante no culto do mundo rural, bem como a imagética ideológica do Estado Novo, que procurava difundir uma imagem suavizada da realidade da vida camponesa, depurando tudo o que lhe poderia ser prejudicial. Todavia, o neorrealismo pretendia demonstrar o sofrimento pelo qual o povo passava, evidenciando os seus conflitos diários sociais e a miséria daí resultante. Ou seja, este movimento tinha como objectivo reformular a imagem ideológica criada pelo Estado Novo de forma a contestá-la, acabando por se constituir como movimento de resistência anti-fascista.

Por outro lado, o Surrealismo sendo manifestamente contra a doutrina salazarista expressa na imagética do Estado, contudo, também não se revia na forma como os neo-realistas abordavam a realidade. Este movimento estético e literário procurava mostrar ao homem contemporâneo como transformar o mundo através da libertação do indivíduo de todas as suas prisões, afastando-se do conservadorismo do neorrealismo e combatendo o salazarismo. Os surrealistas apresentavam-se assim, como inconformistas sociais.

A existência destes movimentos estéticos e literários acabam assim, como se podia esperar, por dificultar a evolução e a prevalência da imagética idealizada por António Ferro e realizada pelo Secretariado da Propaganda Nacional. Contudo, não serão as únicas forças contra esta: “Não tardará, (...) que Salazar intervenha, para produzir, ele, o seu discurso cultural e estético, anti-cosmopolita, nacionalista e historicista”³⁰, acabando por contrariar, em parte, a visão estética que Ferro tinha procurado construir.

1.2.4. De SPN para SNI

Num segundo momento da história do organismo estatal Secretariado da Propaganda Nacional (SPN), a aproximação do fim da Segunda Guerra Mundial leva a uma alteração de discurso e começa-se a evitar palavras que tivessem uma forte conotação com as ditaduras. Assim, o seu nome é alterado para Secretariado Nacional de Informação, Cultura Popular e Turismo (SNI):

“(...) Acaba, oficialmente, a propaganda e começa a informação. Não SPN, SNI. Questão de nomenclatura política. Teremos eleições tão livres como a livre Inglaterra, dirá Salazar, e a palavra propaganda soa mal. Mas, se Salazar vai sobreviver às esperanças democráticas, Ferro e a sua «política do Espírito» não resistirão muito mais tempo”³¹.

30 Artur Portela, *Salazarismo e Artes Plásticas*, 1987, p. 54.

31 *Ibidem*, p. 106.

Com esta alteração de nomenclatura assinala-se também o princípio do fim da direcção e dos ideais de António Ferro, estando implícitas algumas mudanças quanto às funções deste organismo. Uma das alterações estipuladas mais evidentes, foi a coordenação de todas actividades nacionais do domínio cultural sob a orientação superior e fiscalização do Estado, ou seja, sob um maior e mais vasto controlo. Por outro lado, foi também deliberado que para o exercício deste sector, se deveria juntar toda a documentação referente aos outros ministérios, de forma a promover todas as actividades do Governo em Portugal e no estrangeiro, através de publicações e da utilização de meios como o cinema e a rádio, assegurando desta forma, as relações do Governo Português com a imprensa, estações de rádio e agências de notícias. Como era natural, nesta época, tudo isto realizava-se dentro de um apertado sistema de vigilância e censura.

Os serviços de censura iniciaram-se em 1933 aquando da instituição do Estado Novo, tendo sido decretadas as suas funções na Constituição Portuguesa publicada a 11 de Abril desse mesmo ano. Esta contemplava, no 4º ponto do artigo 8.º, relativo aos direitos e garantias individuais dos cidadãos portugueses: “A liberdade de expressão do pensamento sob qualquer forma”³². Contudo, nesse mesmo dia, é também publicado o Decreto-lei n.º 22 469 onde são estabelecidas as principais funções e objectivos da acção da censura. Esta tinha como função impedir a perversão da opinião pública no meio cultural e social protegendo-a de todos os factores que a desorientassem contra a verdade, justiça, moral, boa administração e bem comum, evitando que fossem atacados os princípios essenciais da organização da sociedade. Este decreto-lei estabelece ainda que: “Continuam sujeitas a censura prévia as publicações periódicas definidas na lei de imprensa, e bem assim as fôlhas volantes, folhetos, cartazes, e outras publicações, sempre que em qualquer delas se versem assuntos de carácter político ou social”³³.

A censura era posta em prática através do uso do “lápiz azul”, que riscava todos os textos e imagens considerados revolucionários ou que não estivessem dentro dos parâmetros de “verdade” estipulados pelo Governo. Como forma de ocultar esta repressão, os espaços que ficavam em branco nestas publicações devido à censura, eram forçosamente disfarçados. A Direcção dos Serviços de Censura manteve-se, até 1944, como organismo dependente do Ministério do Interior, ano em que a Censura passa a ser incorporada nas competências do “novo” organismo S.N.I. sob a autoridade directa do chefe do governo, Oliveira Salazar.

1.2.5. 14 Anos de Política do Espírito

Com o final da Segunda Guerra Mundial, muita coisa muda em Portugal e, como seria de esperar, sob a atenta e astuta direcção de Oliveira Salazar: “O pós-guerra vai pôr em causa o regime e a sua estética nacional-historicista. Será a fase da contestação, que fará, rapidamente, uma vítima: António Ferro”³⁴.

32 Constituição de 11 de Abril de 1933, Decreto-lei nº 22 224, de 22 de Fevereiro.

33 Decreto-lei n.º 22 469, de 11 de Abril de 1933.

34 Artur Portela, *Salazarismo e Artes Plásticas*, 1987, p. 105.

Assim, Ferro, como que adivinhando o fim do seu importante papel na construção da imagética ideológica do regime, decide fazer uma grande exposição em Janeiro de 1948 denominada de “14 anos de Política do Espírito — Apontamentos para uma exposição” (Fig. 8 - 12). Esta exposição marca e divulga todos os feitos da actividade do SPN/SNI e do seu director: “ficheiro gráfico que permite apenas entrever o que se fez sem completamente o revelar”³⁵, acabando por demonstrar, em certa medida, um carácter defensivo. Assim, na inauguração da exposição, Ferro profere um discurso onde transmite a acção que tinha desenvolvido até então, mencionando algumas das dificuldades com que se havia deparado na direcção deste organismo e enfrentando verbalmente os seus adversários de dentro do regime:

“(…) é difícil, muito difícil estabelecer, às vezes, o diálogo entre pessoas de mundos diferentes, entre aqueles que olham só para a superfície das coisas e os outros, aqueles que surpreendem a alma, o espírito através da máscara. Aliás, a questão, às vezes, não é sequer de má vontade ou de inteligência mas de mentalidade, de subtilidade. (...) Aqueles, portanto que duvidam do nosso rendimento continuarão a duvidar, a considerar o Verde Gaio uma coisinha, o folclore uma ninharia, cada viagem nossa uma pândega. Neste capítulo sabemos que não há nada a fazer. Instrução e civilização ou até instrução e cultura são palavras diferentes e nem sempre se juntam em pessoas indiscutivelmente de grande valor e até úteis à nação noutros aspectos”³⁶.

Neste discurso aproveita também, para agradecer toda a confiança que recebera no decurso daqueles 14 anos por parte do director do Estado, manifestando ao mesmo tempo, a sua admiração e lealdade para com o mesmo:

“Falando de Salazar queríamos sobretudo agradecer-lhe, comovidamente, neste momento, a confiança que nos deu em 14 anos de lutas permanentes, de teimosas incompreensões, de insídias conscientes ou inconscientes, de falsas superioridades, de mediocres desdêns... Outros não compreendiam, outros duvidavam (ou duvidam ainda) da nossa fé, da nossa ânsia de servir, de melhorar o meio, de elevar o seu nível. (...) Entre as muitas resistências que Salazar venceu, entre as muitas lutas que teve de sustentar, com os seus inimigos e até com os seus amigos, para governar sem nunca ser governado, um minuto deve ter tido para nos defender, estamos certos, contra aqueles que nos tenham considerado nefastos ou perigosos”³⁷.

Conclui o discurso com algo que demonstra a sua convicção na importância daquilo que fora alcançado e que reflecte a sua esperança nas consequências que os feitos do SPN/SNI terão no futuro:

“Mas contentes, alegres nos sentiremos, e suficientemente recompensados, se tivermos desbravado terreno, preparado caminho para quem realize por fim (até a favor desses que nos combatem, se forem mais novos que nós), aquela obra de elevação espiritual, de beleza poética, com que nós apenas sonhámos, com que, humildemente, sonhámos...”³⁸.

35 António Ferro, *Apontamentos para uma Exposição*, 1948, p. 7.

36 *Ibidem*, p. 11.

37 *Ibidem*, p. 21.

38 *Ibidem*, p. 26.

Dois anos mais tarde, António Ferro seguia para Berna, para ocupar o cargo de embaixador de Portugal, dirigindo-se, posteriormente, para Roma onde acaba por falecer no ano de 1956, aos 61 anos.

Contudo, ainda na Inauguração do Salão dos Premiados do SNI e na 13ª Exposição de Arte Moderna, a 6 de Maio de 1949, a sua despedida oficial, Ferro declara, com alguma esperança, que:

“Dentro da Política do Estado, parte fundamental do nosso programa, «a revolução continua»! É possível que dessa revolução não se apercebiam os próprios que a pediram e que talvez hoje principiemos a negá-la, a malsiná-la, apenas porque somos nós que a realizamos! São esses os eternos descontentes, os eternos insatisfeitos, exemplos daquele individualismo mórbido que amesquinha e diminui não só as pátrias como a própria humanidade que julga servir. Que eles vão ficando para trás se quiserem! Que venham connosco os outros, os que desejam andar, ir para a frente!”³⁹.

É inegável o valor e a importância da acção que António Ferro realizou perante o Estado Novo e o papel que este teve para a realização da ideologia e doutrina de António de Oliveira Salazar:

“Salazar encontrou em António Ferro, em 1933, o génio criador que se ajustava ao seu movimento renovador de Portugal; António Ferro encontrou em Salazar o génio político que o apoiou durante uma dezena e meia de anos e lhe tornou possível a concretização de um sonho e a realização de uma obra que vinham fervilhando no seu espírito desde a juventude, (...)”⁴⁰.

Após a saída de Ferro do SNI em 1950, é José Manuel da Costa, ex-colaborador directo de Salazar, que assume as funções de Secretário Nacional da Informação. Segue-se Eduardo Brazão em 1955 e César Moreira Baptista em 1958. Apenas este último manifesta, no seu discurso de posse, alguma vontade em recuperar a acção e objectivos de Ferro, demonstrando algum fascínio por todos os seus feitos, todavia, não será bem sucedido.

Com o início da Guerra do Ultramar, as atenções do governo mudam: “O regime está todo mobilizado na frente política, no confronto interno, na guerra em África, no combate contra o cerco da opinião mundial. Perde a sua vontade de afirmação de personalidade cultural”⁴¹. Deixam assim, de valorizar a importância daquilo que é e significa a cultura para um país, deixando de existir o apoio e a intervenção do poder político nas artes, o que acabará por contribuir, ainda mais, para a perda cultural do regime: “Se o regime pragmaticamente conseguiu ir assumindo um discurso cultural e estético ao longo dos anos 30 e 40, a década de 50 e a década de 60 são, nesse plano, um vazio crescente”⁴².

39 António Ferro, *Arte Moderna: Discursos*, 1949, p. 24.

40 Fernando Guedes, *António Ferro e a sua Política do Espírito*, 1997, p. 32.

41 Artur Portela, *Salazarismo e Artes Plásticas*, 1987, p. 128.

42 *Ibidem*, p. 130.

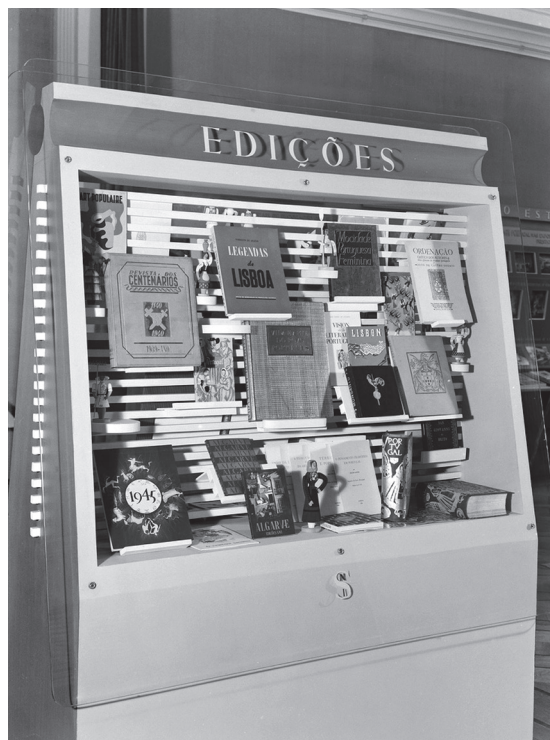


Fig. 8 e 9 - Exposição 14 anos de Política do Espírito: Apontamentos para uma Exposição, Lisboa, 1948. À esquerda, o título da exposição e à direita, expositor de Edições.



Fig. 10 - Expositor de tema Turismo na Exposição 14 anos de Política do Espírito: Apontamentos para uma Exposição, Lisboa, 1948.



Fig. 11 - "Salões e Exposições de Arte". Exposição *14 anos de Política do Espírito: Apontamentos para uma Exposição*, Lisboa, 1948.



Fig. 12 - As Publicações Periódicas do SNI mantêm a Continuidade da Informação. Exposição *14 anos de Política do Espírito: Apontamentos para uma Exposição*, Lisboa, 1948.

1.3. Edições SPN/SNI

As edições do SPN/SNI são marcadas, em termos de temática, pela ideologia e divulgação política, reforçando desta forma, as razões pelas quais tinha sido criado este departamento do Estado. A maior parte das obras publicadas pelo Secretariado comprovam o intuito de transmissão e divulgação do pensamento e feitos do regime, através de uma concentração em temas referentes a Portugal e à vida portuguesa. O objectivo principal destas edições era então, demonstrar o quanto o País mudara com este novo Governo, integrando com maior frequência, assuntos como a política, a história, as artes e a etnografia.

Esta é mais uma das actividades em que se pode verificar a acção do director do SPN/SNI, que acaba por lançar uma linha editorial composta por diversas colecções, que incluíam assuntos diversos na ordem da Doutrina e Acção Política, Cultura Popular e Turismo. Por ter como propósito primordial a divulgação em amplitude do País e do seu Governo, de maneira a demonstrar a obra até agora realizada, bem como as em via de realização, procede-se ainda, à tradução de algumas das suas edições para espanhol, inglês, francês, italiano e também, alemão, de forma a alcançar o estrangeiro. Contudo estas possuíam uma lista de razões mais direccionadas para a política, economia e turismo. Apesar de os dois primeiros assuntos terem maior destaque, o turismo acaba por adquirir um papel igualmente importante, pois existia uma tentativa de transmissão do país como estância de turismo. No entanto, com a intensificação da Segunda Guerra Mundial, António Ferro começa, como precaução, a ter que ajustar os temas e assuntos que eram traduzidos e transmitidos a nível internacional, e acaba por se voltar para o Brasil, num projecto de acordo cultural entre os dois países, do qual surgirá o lançamento da revista “Atlântico”.

Também são de referir, dentro do conjunto das publicações do SPN/SNI, os cartazes, os prospectos, os programas de eventos e os catálogos de exposições, entre outros, que apesar de serem objectos gráficos mais efémeros também demonstravam uma vontade de perdurar no tempo, sendo estes documentos de grande qualidade e preciosidade. Após a finalização de cada evento, era o que restava para contar a história:

“No capítulo das artes gráficas é escusado enumerar o que o S.P.N. tem feito e a influência que vem exercendo na indumentária do livro português. As nossas edições, que saem quase todos os dias, respondem por nós e dispensam-nos o elogio em boca própria. O que nos parece justo neste momento é apontar-vos, para que o saudeis, o nome de Ferreira Gomes, nosso realizador gráfico, a quem se deve, na nobre descendência de José Pacheco, a encenação dos nossos livros, das nossas brochuras e dos nossos catálogos”⁴³.

43 António Ferro, A Política do Espírito e a Arte Moderna Portuguesa, In *Arte Moderna: Discursos*, 1949, p. 15.

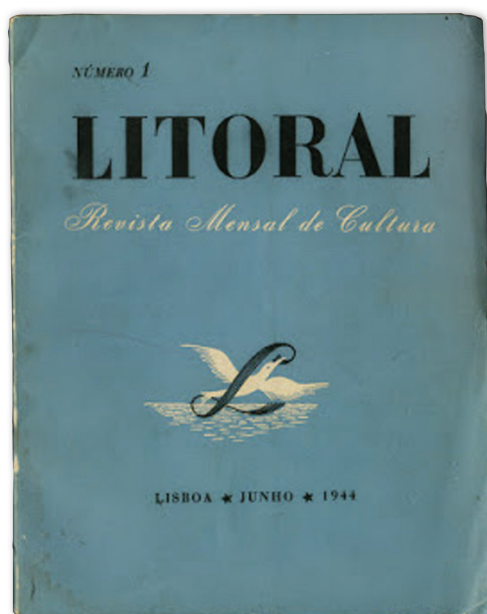
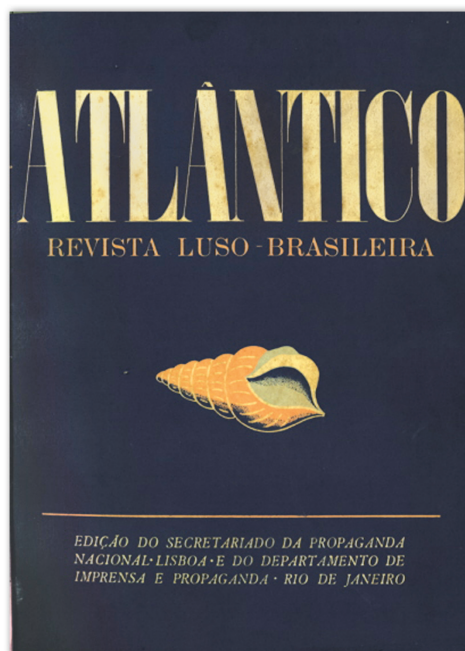
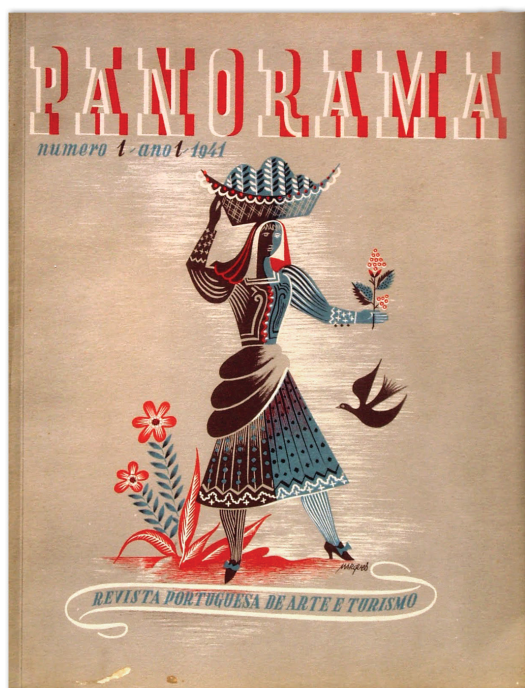


Fig. 13 - Quatro edições pelo SPN/SNI: *Panorama*: Revista Portuguesa de Arte e Turismo, nº 1, 1941. *Atlântico*: Revista Luso-Brasileira, nº 1, 1942. *Litoral*: Revista Mensal de Cultura, nº 1, 1944. *Vida e Arte do Povo Português*, 1940.

Estas edições são dotadas de uma estética que as caracteriza, verificando-se graficamente o carácter de divulgação, propaganda, ideologia, iniciativa e clareza comunicacional. Dentro destas publicações vale a pena destacar quatro obras (três publicações periódicas e um livro) notavelmente executadas (Fig. 13). O livro *Vida e Arte do Povo Português*, sob a direcção artística de Paulo Ferreira, responsável pela sua edição e ilustração, a revista *Atlântico* por Manuel Lapa, e a revista *Panorama e Litoral* por Bernardo Marques.

1.3.1. PANORAMA: Revista de Arte e Turismo

Edição do Secretariado da Propaganda Nacional, Lisboa e do Departamento de Imprensa e Propaganda, Lisboa. Foram publicados 39 números entre 1941-1949, organizados em 7 volumes. Medidas: 30 cm.

A *Panorama, revista de Arte e Turismo* era orientada por António Ferro. A sua temática, textos e imagens constituem a representação fiel da ideologia que o Estado Novo que procurava transmitir e promover. A revista transmite em termos gráficos e de conteúdo as características desejadas e procuradas pelo ideário do Portugal de 1940, ou seja, um país tranquilo, harmonioso, elegante e moderno.

No texto de abertura do primeiro número da revista *Panorama*, são declarados os seus objectivos, bem como a necessidade da existência de periódicos como este, que dão a conhecer a cultura portuguesa, tanto na própria época como no futuro e, tanto em Portugal como em outros países:

“Não faltam, hoje, entre nós, publicações onde se exaltem e arquivem os feitos e os documentos do nosso passado glorioso. Não diremos que elas sejam excessivas. Julgamos, no entanto, indispensável a existência doutras, destinadas a projectar no futuro o significado da nossa presença. (...) É essa a principal finalidade de PANORAMA: ser um lugar onde possa evocar-se o que há de mais vivo e característico no País, e lhe imprime, por isso, fisionomia própria, expressão diferenciada. (...) Daí, o interesse que nos merecem, a par do pitoresco da nossa paisagem (rural e urbana, continental e ultramarina); a par das produções de arte (cult e popular), onde perdura ou se renova o génio nacional, todas as manifestações do espírito realizado, da capacidade construtiva, dos recursos vitais da nossa terra – e que são, em síntese, as obras públicas e os produtos industriais.(...)De tudo isto se alimenta e se engrandece o turismo. Porque o turismo, tal como devemos concebê-lo, é, antes de mais nada, a arte de animar em nós próprios o orgulho de sermos nacionais. E só depois poderá ser – simultânea ou imediatamente – a arte de atrair os estrangeiros.”⁴⁴

Bernardo Marques era então, responsável pela organização formal, paginação e ilustração deste periódico, que se aliava à ideia do “Bom-Gosto” e aos ideais culturais apresentados pela propaganda do país.

A existência de imagem fotográfica, que procurava levar o leitor aos variados locais de Portugal, mantinha uma fluída ligação com a leitura, através de uma composição formal de alta

44 In *Panorama*, nº1, 1941, p. 1.

qualidade técnica e plástica, que manifestava assim, uma coordenação entre texto, fotografia e ilustração profissionalmente executada, resultando numa paginação de grande qualidade visual.

De acordo com a época, editorialmente, a revista segue um modelo de magazine ilustrada, impressa a preto e branco, à excepção da capa e de algumas ilustrações no interior, sendo organizada cuidadosamente e criteriosamente entre textos de maior relevância, imagens e textos mais curtos. A paginação utilizava elementos tipográficos, gráficos, fotográficos e ilustrações que eram compostos com sabedoria e conhecimento, tornando-o numa obra editorial emblemática para as artes gráficas desses tempos.

Bernardo Marques, possui um papel muito importante na concepção deste periódico como director artístico, estando encarregue da sua paginação. Este havia entrado no mundo das artes gráficas já nos anos 20 devido à explosão dos meios de comunicação, começando por fazer capas para diversas publicações e mais tarde, fazendo parte da equipa gráfica do SPN/SNI de António Ferro: “Marques, integrando a excelente equipa gráfica do SPN/SNI de António Ferro, desenhou várias publicações onde a estilização elegante da sua linha gráfica se aplicou a ilustrar o ideário *folk* daquele organismo”⁴⁵. As suas ilustrações, marcadas pela influência dos artistas franceses que admirava, transmitiam características de uma elegante urbanidade citadina nas quais se notava uma adesão ao gosto gráfico europeu, assimilando as linhas sintéticas e os valores cromáticos da pintura moderna.

Nos anos 40 é convidado por António Ferro, com quem tinha uma grande cumplicidade de gostos estéticos, para a direcção gráfica da “Panorama”: “logo na capa do primeiro número, com a figura de varina estilizada. (...) A sua melhor colaboração está no interior, na sua moderna organização gráfica, número a número, e em algumas páginas de publicidade”⁴⁶. Possuía uma grande capacidade de interpretação e compreensão gráfica que se traduzia numa composição de página, ou seja, modo de distribuir, arrumar e dispor as imagens com as manchas de texto, de uma clara e evidente qualidade, que demonstravam o gosto que possuía pela arte gráfica: “O Bernardo adorava a paginação e as maquetas. Vê-se isso pelo cuidado e paciência com que as fazia e pela delicadeza dos desenhos que elas apresentam”⁴⁷. Maria Helena de Freitas, na entrevista “Em conversa com Paulo Ferreira”, refere ainda a chegada do revolucionário Fred Kradolfer a Portugal, que trazia consigo novos conceitos e teorias da Suíça e que possuía uma extraordinária capacidade de síntese e clarificação gráfica, como possível influência do estilo gráfico de Bernardo Marques. A isto, Paulo Ferreira responde confirmando, que apesar de Marques possuir uma personalidade pouco permeável, Kradolfer o terá influenciado no que toca o arranjo gráfico e modo de fazer, nunca abandonando a sua personalidade e estilo inconfundível.

45 António Rodrigues, Rítmicos Gráficos In *Bernardo Marques - Obra Gráfica*, 1998, p. 16.

46 *Ibidem*, p. 16.

47 Maria Helena de Freitas, Em conversa com Paulo Ferreira In *Bernardo Marques - Obra Gráfica*, 1998, p. 12.

A revista *Panorama*, viria a ser ainda editada, em moldes semelhantes, por mais 3 séries (1951-1955, 1956-1961 e 1962-1973) que acabariam por se afastar um pouco das temáticas que constituíram a sua grande origem, tais como o Turismo e as obras públicas.

1.3.2. LITORAL: Revista Mensal de Cultura

Edição do Secretariado da Propaganda Nacional, Lisboa e do Departamento de Imprensa e Propaganda, Lisboa. Composta por 6 números, publicada pela primeira vez a Julho de 1944, e a última, a Janeiro de 1945. Medidas: 21 cm.

A *Litoral* é uma revista de literatura, arte e crítica, dirigida por Carlos Queiroz, com a orientação gráfica de Bernardo Marques e que contou com a colaboração artística de António Dacosta, Cícero Dias, José Tagarro, Mário Eloy, Eduardo Viana, Fred Kradolfer, José Régio, Stuart, Dórdio Gomes, etc. Foi publicada entre 1944 e 1945, tendo sido criada com o intuito principal de responder a uma necessidade cultural, a nível teórico, do povo português:

“Dalguma coisa, (...) carece o Português, para tornar mais reconhecível ao Mundo — como a seus olhos — a natureza possivelmente diferenciada e, sem dúvida, criadora, dessa complexidade estrutural: — uma consciência culturalmente esclarecida. (...) Falta-nos, (...) o “espelho” onde os nossos traços e gestos mais viventes e significativos se reproduzam, se revelem. (...) “expressão colectiva” da autenticidade cultural dos seus valores mais selectos, dos seus elementos de escol”⁴⁸, “(...) urge, por um lado, reagir contra os vícios arraigados na nossa mentalidade, capazes de arrastar-nos a uma fatal esterilidade de espírito”⁴⁹.

Podemos assim, verificar a clara influência de António Ferro e dos seus principais propósitos para a cultura, tais como a valorização do portuguesismo e a sua campanha de Política de Espírito, lutando contra a constante falta de auto-confiança do povo de Portugal e dando o seu contributo:

“(...) para a formação de uma “consciência cultural” de surto português, incutindo no ânimo dos leitores, principalmente dos mais jovens, a convicção esclarecida de que possuímos, (...) uma maneira própria de sentir, pensar, criar e agir, cuja vitalidade, expressão diferenciada e interesse universal as obras-padrões do nosso património espiritual não desmentem”⁵⁰.

Através desta revista de vertente temática predominantemente teórica e literária, Carlos Queiroz reuniu o que se encontrava disperso após a extinção, em 1940, de revistas como a *Presença* e a *Revista de Portugal*, contando com a importante colaboração literária de autores como Fernando Pessoa, Branquinho da Fonseca, Miguel Torga, Vitorino Nemésio, Afonso Duarte, Delfim Santos, Diogo de Macedo, entre outros.

48 In *Litoral*, nº 1, 1944, p. 6.

49 *Ibidem*, p. 8.

50 *Ibidem*, p. 10.

“Posição “teórica”, portanto, no sentido radical da palavra, mas que se impõe esclarecer: o de que esta revista não se desloca ao plano da opção política, nem adopta a polémica, ainda que aceite - ainda mesmo que suscite em certos casos - pontos de vista contraditórios. (...) LITORAL aplicar-se-á, de preferência, ao estudo e valorização desinteressada dos motivos eternos, dos valores essenciais, dos problemas permanentes”⁵¹.

1.3.3. ATLÂNTICO: Revista Luso-Brasileira

Edição do Secretariado da Propaganda Nacional, Lisboa e do Departamento de Imprensa e Propaganda, Rio de Janeiro/Lisboa. Composta por três séries publicadas entre 1942 e 1959. Série I: Números 1-6, Lisboa, 1942-1946. Série II: Números 1-7, Lisboa, 1946-1948. Série III: Número 1-3, Lisboa, 1949-1950. Medidas: 23 cm.

Revista editada, simultaneamente, em Lisboa e no Rio de Janeiro e publicada entre 1942 e 1950, com um total de dezasseis números, agrupados em três séries. Profusamente ilustrada e apresentando diferenças gráficas entre séries. Esta surge como fruto do acordo transatlântico cultural de 1941 entre Portugal e o Brasil:

“A-fim-de promover a íntima colaboração entre o Brasil e Portugal por intermédio dos organismos oficiais a quem incumbe nos dois países a orientação dos serviços de propaganda, o Director do Secretariado da Propaganda Nacional, de Portugal (SPN), e o Director do Departamento de Imprensa e Propaganda, do Brasil (DIP) (...). Emerge como parte integrante de um projecto maior entre Portugal e Brasil, resultando de um acordo cultural luso-brasileiro assinado a 4 de setembro de 1941 pelos mesmos”⁵².

Este acordo consiste na criação de uma secção no SPN dedicada ao Brasil e outra, no DIP, dedicada a Portugal. A estas secções incumbia: “de maneira geral, assegurar e promover, pelos meios ao seu alcance, tudo o que possa concorrer para tornar conhecida, respectivamente, no Brasil e em Portugal, a cultura dos dois países”⁵³.

A revista *Atlântico*, teve como Secretário de Redacção José Osório de Oliveira e a sua Direcção Artística era da responsabilidade de Manuel Lapa. Cada número era composto por três secções: ensaio, criação e crónica, e crítica musical, literária ou plástica e contava com a publicação de textos de grande valor literário por vários autores importantes da época.

Desta, destacam-se como colaboradores artísticos Abel Manta, Almada Negreiros, António Dacosta, Bernardo Marques, Jorge Barradas, Stuart Carvalhais, Vieira da Silva, Arpad Szenes, Barata Feio, Carlos Botelho, Estrela Faria, Leopoldo de Almeida, Sarah Afonso e Tom.

A revista tinha então, como objectivo, estabelecer uma ligação entre Portugal e o Brasil, reafirmando o que havia de comum entre os dois países. Resultando na idealização e criação de uma revista de cultura e arte, cujo nome é escolhido por razões explícitas num dos textos

51 In *Litoral*, nº 1, 1944, p. 7.

52 In *Atlântico*, nº 1, 1942, p. 180.

53 *Ibidem*, p. 180.

do primeiro número do periódico denominado de *Algumas palavras de António Ferro*, bem como os propósitos da elaboração desta publicação:

“Porque chamamos “Atlântico” à nossa revista, porque somos tão ambiciosos? É porque precisávamos de encontrar uma palavra suficientemente elástica, ondulante, para sintetizar o vago e o concreto das nossas aspirações, o sonho e a realidade do nosso ideal. (...) Juntámos a palavra brasilidade à palavra humanidade, duas luminosas parcelas, e obtivemos, sem custo, êste resultado, esta soma: Atlântico. Resultado certo ou simplesmente poético? Certo e poético, se quiserem. (...) Atlântico, o “Lago Lusitano”, na expressão feliz de Oswaldo Aranha, é também a nossa terra comum, o nosso grande traço de união, a estrada real da nossa glória fraterna, a grande distância que, afinal, nos aproxima... Existe o Brasil, existe Portugal, duas nações livres, independentes, por graça a Deus e dos homens. Mas também existe, sonoro búzio onde se repercute a voz da raça, o mare nostrum, o Atlântico, pátria maior, pátria infinita... (...) Qual o nosso objectivo? Qual o nosso programa? Revelar Portugal novo aos brasileiros. Revelar o novo Brasil aos portugueses. (...) Uma raça, duas nações, um mundo, eis a nossa legenda, a nossa bandeira!...”⁵⁴.

1.3.4. VIDA E ARTE DO POVO PORTUGUÊS

Obra publicada em 1940, pelo Secretariado de Propaganda Nacional, no quadro das comemorações dos centenários e da Exposição do Mundo Português.

Impressão 5 cores. Medidas: 25 por 32 cm.

Planeado por Francisco Lage e Luís Chaves e elaborado sobre a direcção artística de Paulo Ferreira, artista gráfico e decorador ao serviço do SPN, o livro *Vida e Arte do Povo Português* continha ilustrações da sua autoria e fotografias de Mário Novais.

Esta obra constitui: “Desde a observação exacta, directamente colhida, comentada e historiada com erudição e espírito crítico, á opulenta bibliografia, a série de estudos publicados é o mais rico repertório de etnografia portuguesa”⁵⁵, com “(...) temas enternecedores, através dos quais se aprende e sente a expressão mais fiel da alma pura, simples e confiada, a doçura, o enlêvo e a resignação da mais humilde gente portuguesa”⁵⁶.

Livro pouco referido e muitas vezes esquecido por vários investigadores e historiadores, foi Luiz Reis Santos, dedicado ao estudo das artes, que na *Crónica de Artes Plásticas* do jornal *Rádio Nacional*, prestou a primeira apreciação centrada no grafismo deste “(...) livro magnífico no que se refere ás artes gráficas”⁵⁷. Fazendo referência à composição de Paulo Ferreira e elogiando abundantemente o *layout* elaborado pelo mesmo:

“(...) Paulo Ferreira, quer nas vinhetas de ante-rostos, de abertura e de fecho, quer nas composições de página extra-texto a côres, copiando apenas, compondo ou estilizando, se revela ilustrador de livro de qualidades raras, observação finíssima, desenho cheio de graça, de saborosa e discreta ironia”⁵⁸.

54 Algumas palavras de António Ferro, In *Atlântico*, nº1, p. 5.

55 Luiz Reis Santos, *Crónica de Artes Plásticas*, In *Radio Nacional*, 16 de Agosto de 1947, p. 7.

56 *Ibidem*.

57 *Ibidem*.

58 *Ibidem*.

Luiz Reis Santos menciona também: “A côr, não a côr popular de combinações rudes e primárias, mas a côr feita de gradações subtis de tons é a nota dominante desta obra gráfica, em que as qualidades materiais têm grande influência”⁵⁹.

Seria impossível analisar e apreciar este livro de forma verdadeiramente justa, e os meios colocados à disposição para a sua produção, sem compreender o ambiente de trabalho de alta qualidade de que dispunha a equipa do SPN que convidava a ousadas experimentações, como por exemplo: “Paulo Ferreira fez isto que pode considerar-se absolutamente revolucionário: imprimiu o texto a três côres: castanho, encarnado e verde. O resultado da experiência, conduzida pelo seu talento privilegiado, é imprevisível e curioso”⁶⁰.

Luiz Reis Santos, na mesma *Crónica de Artes Plásticas*, refere diversas vezes a forma metódica com que é elaborado o *layout* deste livro, mencionando as várias soluções e processos utilizados:

“Para evitar a fragmentação do bloco tipográfico, o arquitecto do livro fez toda a composição seguida, indicando o início dos parágrafos, com versais vermelhas. Não posso deixar de aprovar êste processo há muito divulgado pelos franceses e que resolve, de acôrdo com certas práticas tradicionais, um dos mais difíceis problemas da mancha tipográfica”⁶¹.

Observando ainda: “O desenho do tipo, da fundição Bauer, e os respectivos corpos, o arranjo da página e as proporções das margens, são perfeitos, se exceptuarmos apenas a excessiva largura da margem interior relacionada com a margem exterior”⁶².

Finalmente, alude ainda à gráfica onde foi impresso e executado, evidenciando a importante função que esta possuiu no processo de criação de uma obra desta qualidade:

“Grande parte do que se refere á realização desta obra artisticamente dirigida por Paulo Ferreira se deve, porém, a perfeição técnica da Litografia Nacional do Pôrto. (...) Sem o material moderníssimo e o pessoal competente das suas oficinas, o brio profissional e o amor pelas artes gráficas, não seria possível dar a um trabalho desta importância semelhante acabamento e perfeição”⁶³.

O livro *Vida e Arte do Povo Português* acaba por ser um notável regalo visual pelo equilíbrio de formas e de cores, tornando-se num elogio da arte popular por intermédio e incentivo do gosto assumido de António Ferro pelo folclore, que se transmite através de uma composição confiante, audaz, harmoniosa e extraordinariamente equilibrada nas: “proporções entre o bloco da mancha e as margens, o corpo, o ôlho da letra e a sua justificação, a linha e o espaço, o jôgo dos negros e dos brancos”⁶⁴.

59 Luiz Reis Santos, *Crónica de Artes Plásticas*, In Radio Nacional, 16 de Agosto de 1947, p. 7.

60 *Ibidem*.

61 *Ibidem*.

62 *Ibidem*.

63 *Ibidem*.

64 *Ibidem*.

1.4. Revistas Literárias VS Populares

Durante o séc. XX, as publicações periódicas são alvo de um progressivo desenvolvimento. Assim, temos as revistas literárias e culturais dum lado e as revistas populares do outro. As revistas funcionam como “barómetros” duma época, sendo espelhos culturais dum tempo. As publicações periódicas da época do Estado Novo não são excepção: “(...) as revistas e jornais são, em alternativa ou simultaneamente, um lugar de criação e/ou de divulgação da literatura, da arte, das ideias, da crítica, enfim, daquilo que faz a cultura dum povo”⁶⁵.

A palavra revista tem origem árabe e significa armazém, ou seja, tem a funcionalidade de arquivar informação, podendo também ter outros tipos de funções como formar, intervir a nível social, divulgar cultura, seleccionar e valorizar autores e, principalmente, informar. Como intuito de integração social, o leitor comum sente um aumento da necessidade de informação, existindo a sensação de participação na sociedade, estando a par da actualidade. Por esta razão, começaram a ser produzidos cada vez mais periódicos:

“O aparecimento duma revista, jornal ou publicação colectiva pode dever-se, segundo cremos, a duas grandes ordens de razões. Uma prende-se com a sociologia da criação, e tem a ver com a afirmação dum grupo, geração, tendência ou vanguarda; a outra é do domínio da sociologia da recepção, e diz respeito ao preenchimento duma “lacuna”, à satisfação duma necessidade cultural do público, ou ao desejo de criar um espaço de divulgação para os escritores inéditos ou esquecidos”⁶⁶.

As revistas literárias são, actualmente, consideradas como património cultural, funcionando como arquivo de uma época. Contudo, durante o Estado Novo eram menos procuradas, por terem um conteúdo pouco acessível ao leitor comum, sendo portanto, dirigidas a um público mais elitista e erudito.

O leitor comum é um sujeito apressado, com pouco tempo para ler e por isso, as revistas populares tornam-se mais apelativas por serem um meio de adquirir informação mais rapidamente. A revista popular é, portanto, uma revista de entretenimento, que contém leitura de tom mais aprazível, mais leve e de leitura fácil. Estas revistas são mais conhecidas pelo público e têm a finalidade de divulgar informações e conhecimentos de foros variados, de forma simples e resumida, tornando-se desta maneira, mais acessível ao leitor comum e, também, a um leque mais variado de tipos de público. Estes, têm como temáticas, por exemplo, actualidades, desporto, notícias, cinema, entrevistas, gente famosa, histórias de ficção, e por vezes, páginas dedicadas à mulher: “Este tipo de revista caracteriza-se pelo tom ligeiro, não erudito, da linguagem informativa, por ser profusamente ilustrado, por propor amenas leituras de serão a toda a família (senhoras e meninas incluídas...) (...)”⁶⁷.

A nível estético, também podemos verificar diferenças bastante evidentes entre estes dois tipos de periódicos. As revistas culturais apresentam uma mancha maior de texto,

65 Clara Rocha, *Revistas Literárias do Século XX em Portugal*, 1985, p. 113.

66 *Ibidem*, p. 33.

67 *Ibidem*, p. 106.

implementado e composto de forma correcta, com algumas fotografias a ilustrar os textos, bem como algumas ilustrações, apresentando uma composição de *layout* mais metódica, sendo possível a identificação de uma grelha. O tipo de letra usado, é geralmente moderno e não ornamentado.

Paralelamente, as revistas populares apresentam um aspecto, como o próprio nome indica, mais lúdico. Fazendo uso de tipos de letra muito variados, como fontes serifadas, não serifadas, cursivas, ornamentadas e, até, *letterings* desenhados à mão. A mancha de texto é menos densa, contudo a grelha torna-se mais difícil de identificar, isto devido ao uso profuso de ilustrações e fotografias de eventos, celebridades, etc. Podemos ainda, verificar uma maior existência de publicidade neste tipo de periódicos do que no anterior. A Revista *Panorama* encontra-se, graficamente, entre as revistas culturais e populares. Como esta, algumas revistas do séc. XX são uma espécie de revista híbrida, que alia a função informativa, com a função recreativa, acrescentando rubricas mais leves como forma de cativar mais o público.

São exemplo de algumas revistas populares da época do Estado Novo, *O Século Ilustrado* (1885-1962), o *Mundo Gráfico* (1901-1959), a *Ilustração Portuguesa* (1903-1993) e a *Flama* (1937-1983), que apesar de populares, também constituem um retrato da sua época, por vezes muito mais que as revistas literárias, pois, embora tenham um carácter menos cultural, representam mais fielmente o seu tempo.

2. A MULHER DA ÉPOCA DO ESTADO NOVO

2.1. O papel da Mulher na Sociedade – A Mulher no Lar

Na doutrina de Salazar para as mulheres, evidenciam-se duas vertentes: por um lado, existia a doutrina acerca da função das mulheres, que estava ligada à imagem da mulher, mãe e fada do lar, e por outro, a doutrina sobre a forma de Governo, ou seja, a mulher colaboradora activa e com um papel entusiasta na edificação do aparelho ideológico do Estado Novo. Assim:

“A Ditadura Militar implantada em 1926 não interditou a actividade dos movimentos de mulheres e abriu mesmo, por pouco que fosse, a esfera política a uma pequena elite de mulheres, situação que o Estado Novo manteve. Contudo, esta modesta abertura realizou-se numa atmosfera hostil aos direitos sociais e civis das mulheres, adquiridos durante a Primeira República”⁶⁸.

O projecto da ideologia salazarista, reformulou os direitos políticos e familiares da mulher, e, apesar de incluído na Constituição de 1933, o princípio da Igualdade perante a Lei, onde estavam descritos direitos de liberdade e igualdade para ambos os sexos, apresenta, logo em seguida uma cláusula digna de nota: “salvo, quanto às mulheres, as diferenças da sua natureza e do bem da família”⁶⁹, o que as limitava, desta forma, à sua condição biológica e às exigências da ideologia e doutrina salazarista.

O conceito de “cidadão” fora então abolido, propondo-se a sua substituição por “grupos naturais necessários à vida individual e de que se constitui realmente a sociedade política”⁷⁰, ou seja, a família. Deste modo, a vida familiar é equiparada à vida na sociedade, ou seja, a mulher apenas existia socialmente como elemento deste grupo, a família.

Para Oliveira Salazar e para o seu regime, a mulher era encarada como uma identidade colectiva, como apenas fazendo parte da família, o que demonstrava e transmitia os ideais anti-individualistas pretendidos pelo Estado Novo no que toca ao conceito de família. Pois, como já referido, segundo a Constituição de 1933, o indivíduo só existia através do agregado familiar, sendo esta, a realidade principal e fundamental da orgânica do país como meio para alcançar a ordem política e social da nação. Era, desta forma, retirado, o individualismo ao ser humano, ou seja, este deveria pensar em si num todo, num grupo, pois, naquela época, era difundida a ideia de que por meios individuais e sozinho não seria possível criar-se ou viver. O Regime de Salazar propunha então, a unidade nacional, a unidade social e a unidade religiosa.

Tudo o que se conseguira alcançar na época da República tinha sido então abolido pelo novo regime, verificando-se um retrocesso no que toca aos direitos da Mulher. Um exemplo

68 Anne Cova; António Costa Pinto, O Salazarismo e as mulheres: uma abordagem comparativa, In *Penélope: Fazer e desfazer a História*, 1997, p. 79.

69 Artigo 5.º da Constituição de 11 de Abril de 1933, Decreto-lei nº 22 224, de 22 de Fevereiro.

70 António de Oliveira Salazar, Princípios fundamentais da revolução política, In *Discursos e Notas Políticas*, 1939, p. 85.

disso, foi o direito ao voto, que com a implementação do regime republicano, tinha sido uma das reivindicações das feministas dessa época e que passa agora a ser limitado apenas às mulheres viúvas que viviam de modo independente e que soubessem ler e escrever. O feminismo começa, com o novo regime de Salazar, a ser visto como algo bastante negativo, sendo considerado como uma constante da repressão política e um alvo a ser abolido. “A mais acabada explicitação do antifeminismo encontra-se no facto de se subsumir a questão das mulheres numa política relativa à família e à imposição de um modelo de sociedade”⁷¹.

Salazar, “elegantemente antifeminista como Mussolini, como quase todos os ditadores”⁷², defendia a ideia de família tradicional e lutava contra o liberalismo, que tinha levado a mulher para o mercado de trabalho em concorrência com o homem. Deste modo, Salazar tinha, como principal propósito para a mulher, o seu retorno ao lar:

“Assim, nós temos como lógico, na vida social, e como útil à economia, a existência regular da família do trabalhador: nós consideramos fundamental que seja o trabalhador a sustentá-la; defendemos que o trabalho da mulher casada e, de maneira geral, mesmo o da mulher solteira, compreendida na família e sem ser responsável por esta, não deve ser encorajado: nunca houve uma boa dona de casa que não tivesse muito que fazer”⁷³.

A Constituição da Família⁷⁴ constituía, assim, três obrigações: o casamento e os filhos legítimos, a igualdade de direito e deveres dos dois cônjuges ao sustento e educação dos filhos legítimos, e o registo do casamento e dos filhos. O homem era considerado o chefe de família, ou seja, quem providenciava o sustento material do lar e da família e quem, como demonstra a própria nomenclatura, chefiava a família, chegando a ser o único com o direito ao voto, exercendo esse voto como voto familiar. Naturalmente, Oliveira Salazar tentaria amenizar esta ideia dizendo que a mulher, em algumas casas era “o chefe moral da família”, exaltando esta função como, por vezes mais importante e necessária que qualquer outra do agregado familiar. Este, procurava então, demonstrar uma aparente igualdade de valor na diversidade e importância das funções dos diferentes sexos, separando o espaço público, onde o homem exercia a sua função, do espaço privado, no qual a mulher desempenhava o seu papel.

Contudo, era necessário fazer-se a distinção entre a mulher solteira, que podia eventualmente trabalhar, até ao momento em que casasse, e a mulher casada que possuía uma função tão importante como a do homem, como o mesmo referiu na entrevista que António Ferro lhe fez em 1933:

“Mas a mulher casada, como o homem casado, é uma coluna da família, base indispensável duma obra de reconstrução moral. Dentro do lar, claro está, a mulher não é uma escrava. Deve ser acarinhada, amada e respeitada, porque a sua função de mãe, de educadora dos seus filhos, não é inferior à do homem”⁷⁵.

71 Vanda Gorjão, *Mulheres em Tempos Sombrios. Oposição feminina ao Estado Novo*, 2002, p. 72.

72 A “Ilustração Portuguesa” entrevista a “Ilustração Portuguesa”, In *Ilustração Portuguesa*, nº 816, 1921, pp. 232-233.

73 António de Oliveira Salazar, *Como se Levanta um Estado*, [(1945) 1977], pp. 96-97.

74 Artigo 11.º da Constituição de 11 de Abril de 1933, Decreto-lei nº 22 224, de 22 de Fevereiro.

75 António Ferro, *Salazar, o homem e a sua obra*, 1933, p. 133.

Todavia, a realidade era que “Apesar de ser de ambos o poder paternal, só o pai podia, como chefe da família, defender, representar, emancipar e administrar os bens dos filhos, enquanto a mãe só o podia substituir em caso de impedimento dele”⁷⁶. Existindo, na verdade, uma desigualdade óbvia entre os cônjuges:

“A pretensa igualdade no casal era de tal modo retórica e inconsequente que se fundia a autoridade marital na figura do marido, investido de direitos como o de administrar os bens da mulher e o de poder requerer judicialmente a entrega da esposa no domicílio conjugal (...), no plano do trabalho feminino, com o cônjuge a poder dispor do seu salário (...)”⁷⁷.

Segundo o novo regime, marido e mulher não podiam ter papéis idênticos, mas complementares, pois este defendia que apenas desta forma seria possível existir harmonia familiar. Atribuindo a chefia da família à autoridade do homem e não ao “sentimento da mulher”. Desta forma, os pais eram então vistos enquanto homens políticos e as mães, preferencialmente, enquanto mulheres privadas que não se envolviam em questões desse foro. Por outro lado:

“Havia um enorme desfasamento entre a propaganda oficial, que advogava que o lugar das mulheres era o lar, e as necessidades e opções concretas com que estas eram confrontadas na maioria dos meios sociais. Por outras palavras, a realidade social e económica não se coadunava com os modelos tradicionais de família”⁷⁸

Apesar de existir o objectivo de retorno ao lar, eram poucas as mulheres que podiam realmente fazê-lo, porque o ordenado familiar, criado como forma de incentivo à mulher a ficar ou a voltar ao lar, era insuficiente para que a família sobrevivesse apenas com esse sustento, obrigando grande parte do sexo feminino a ter que trabalhar fora de casa, para conseguir alcançar uma vida estável. A ideia de regresso ao lar não era, portanto, um objectivo concebido para todos os meios sociais, mas sim direccionado às classes urbanas da pequena e média burguesia.

Na época do Estado Novo, o Código de Seabra, código civil que havia sido implementado no ano de 1867, e que discriminava as mulheres em razão do sexo e da família, continuou a vigorar até à entrada do código civil de 1967, revelando um grande recuo a nível de direitos do sexo feminino, que já tinham sido parcialmente alterados no código civil de 1910⁷⁹:

“Segundo o “Código de Seabra”, a mulher casada devia residir no domicílio do marido (art. 49.º), que podia dispor livremente dos bens mobiliários da família (art. 1149.º) e tinha por incumbência defender a pessoa e os bens da esposa. Esta devia prestar obediência ao esposo (art. 1185.º), acompanhá-lo para todo o lado, excepto para o estrangeiro (art.1186.º) e não podia, por outro lado, sem o seu consentimento (art. 1194.º), hipotecar, adquirir e alienar bens ou contrair obrigações (arts. 1154.º, 1190.º e 1193.º), publicar escritos (art. 1187.º) e apresentar-se em juízo (art. 1192.º)”⁸⁰.

76 Irene Flunser Pimentel, *A cada um o seu lugar - A política feminina do Estado Novo*, 2011, p. 49.

77 Vanda Gorjão, *Mulheres em Tempos Sombrios. Oposição feminina ao Estado Novo*, 2002, p. 98.

78 *Ibidem*, p. 99.

79 Com o Código Civil de 1910, o divórcio passava a ser admitido pela primeira vez em Portugal, sendo dado ao marido e à mulher o mesmo tratamento relativamente aos motivos de divórcio e direitos sobre os filhos. Criaram-se novas leis do casamento e da filiação baseadas na igualdade e a mulher deixa de dever obediência ao marido. Também o crime de adultério passa a ter o mesmo tratamento quando cometido por mulheres ou homens.

80 Irene Flunser Pimentel, *A cada um o seu lugar - A política feminina do Estado Novo*, 2011, p. 44.

Consequentemente, a mulher não podia trabalhar, nem ir ao estrangeiro sem a autorização do seu marido, geralmente não tinha direito ao voto e, nem mesmo no âmbito da família, tinha os mesmos direitos na educação dos seus filhos.

No casamento, e com o retrocesso que existiu com o início do regime salazarista — Código de processo civil de 1939 — era devolvido o poder ao homem de requerer judicialmente a entrega da mulher, que tinha sido antes eliminado no ano de 1910. Como consequência deste retrocesso, em caso de separação, a mulher só poderia sair do lar conjugal se existisse requerimento para ser depositada em casa de uma família honesta, que teria primeiramente, de ser aprovada por um juiz. E apesar de a partir de 1940, todos os matrimónios católicos deixarem de poder contrair o divórcio, quando este era solicitado, existia também uma desigualdade relativamente aos cônjuges. Ou seja, este era sempre concedido quando por adultério da parte da mulher, e no caso do homem, apenas numa situação de escândalo público, completo abandono da mulher após 10 anos, ou caso fosse sem provados, maus tratos repetidos à mesma.

Por outro lado, a mulher, como referido acima, tinha também um papel muito importante no que tocava à edificação da ideologia salazarista, pois a maioria era ainda bastante conservadora, sendo assim uma apologista da doutrina do Estado Novo da família tradicional portuguesa. Por esta mesma razão, o Estado Novo mobilizou as mulheres a seu favor sempre que necessário, especialmente em período de eleições, concedendo então o voto a algumas mulheres: “(...), contou-se sempre com o perfil tendencialmente mais conservador das mulheres e a provável tendência do eleitorado feminino para a conservação da ordem política do regime”⁸¹.

Em 1934, são eleitas as primeiras deputadas, Maria Guardiola, advogada, Domitília de Carvalho, médica e Maria Cândida Parreira, reitora de um liceu feminino, todas com habilitações literárias de cursos superiores, escolhidas a dedo, criando portanto, uma elite feminina. Salazar elege-as pois acreditava que a presença de mulheres na Assembleia lhe traria vantagens em termos eleitorais. O auxílio da mulher é então considerado indispensável. Assim, serviriam os propósitos a elas reservados, ou seja, questões e temas meramente femininos: a assistência, família e a educação. As mulheres eram desta forma:

“(...) investidas de grande responsabilidade social e política enquanto “regeneradoras da nação”, e exaltava-se a sua participação nas organizações estatais; por outro lado, defendia-se a autoridade patriarcal tradicional, apregoava-se a submissão feminina, e nem sequer às poucas mulheres integradas nas hierarquias partidárias e governamentais se reconheceu autoridade política”⁸².

Paralelamente, existia como organização feminina, a CNMP — Conselho Nacional Mulheres Portuguesas — que possuía visões e ideologias opostas às organizações estatais, defendendo o feminismo e manifestando solidariedade feminina, que se sobrepunha

81 Vanda Gorjão, *Mulheres em Tempos Sombrios. Oposição feminina ao Estado Novo*, 2002, p. 76.

82 *Ibidem*, p. 73.

às divergências políticas e enaltecia a actuação de todas as mulheres, mesmo que estas fossem colaboradoras do regime. Esta organização tinha como dirigente Adelaide Cadete.

2.2. Reeducação da Mulher

Para além da propaganda do regime direccionada à mulher ser muito centrada à volta da questão do retorno ao lar e do matrimónio, também insistiam bastante na ideia de que a função social da mulher casada era a de contribuir para a nação com a maternidade, acabando por ser um dos fins essenciais do matrimónio. A maternidade era propagandeada como uma honra e missão patriótica da parte da mulher:

“O cumprimento da sua “função natural” era visto como a única via de salvação para as mulheres das malhas do individualismo cego, da competição feroz e da depravação de costumes gerados com a modernização”⁸³.

Todavia, apesar de ter aumentado a nupcialidade na década de quarenta, a natalidade não acompanhou esse aumento, tendo mesmo diminuído, devido à utilização progressiva de métodos contraceptivos que iam contra toda a ideologia do regime e da Igreja. Assim, como estímulo à natalidade, ter muitos filhos era considerado, numa altura de egoísmo, um acto heróico que devia ser premiado pelo estado. Para o novo regime, as crianças também deveriam nascer no lar e serem amamentadas pela mãe e não de outra forma.

Desta forma, “A mulher devia rejeitar “olhar sobre si própria”, devotando a sua existência a outros e entregando os desígnios do seu corpo a um ideal colectivo”⁸⁴. O modelo tradicional de realização feminina era, desta forma, fundado na maternidade, sendo este o destino final da mulher. Consequentemente, as mulheres que pretendiam permanecer solteiras eram muito mal vistas pela sociedade, pois não sendo casadas, nunca poderiam alcançar o seu propósito primordial de serem mães.

Com o objectivo de incentivo, propaganda, assistência e educação, foram criadas diversas organizações femininas estatais:

“As vertentes dominantes da política integradora do salazarismo a respeito do papel social das mulheres foram sobretudo duas: a atribuição de funções políticas a uma elite de mulheres e a criação de organizações femininas ideológica e organicamente tuteladas pelo Estado”⁸⁵.

Assim, e ainda com o intuito de manter as mulheres em tarefas especificamente femininas, o Estado Novo cria as organizações estatais OMEN — *Obra das Mães pela Educação Nacional*, em 1936, a MPF — *Mocidade Portuguesa Feminina*, em 1938, e mais tarde, a MNF — *Mocidade Nacional Feminina*, em 1961. É nestas organizações que encontramos

83 Vanda Gorjão, *Mulheres em Tempos Sombrios. Oposição feminina ao Estado Novo*, 2002, p. 73.

84 Inês Paulo Brasão, *Dons e Disciplinas do Corpo Feminino: Os Discursos sobre o Corpo na História do Estado Novo*, 1999, p. 38.

85 Vanda Gorjão, *Mulheres em Tempos Sombrios. Oposição feminina ao Estado Novo*, 2002, p. 74.

as mulheres, colaboradoras e activas directas do regime, a quem eram atribuídas funções políticas precisas e de confiança no aparelho ideológico e às quais foram entregues as direcções destas organizações. A intervenção política por parte das mulheres era então aceite, mas estava limitada a áreas consideradas da competência feminina, existindo assim uma clara divisão do espaço político. Todavia, este poder era reservado a mulheres de elite, com educação católica e com opiniões políticas iguais às do regime. A OMEN teve, como principal dirigente, a Condessa de Rivas, Maria Guardiola como vice-presidente da direcção, juntamente com Fernanda de Almeida d'Orey, Luísa Van-Zeller e Maria Joana Mendes Leal, que seriam, mais tarde, as futuras dirigentes da MPF e, ainda, como secretária geral, Madalena Morais Palmeiro. Estas, ocupavam-se então, da reforma moral, assistência, segurança e protecção da mulher e da criança. No geral, o regime salazarista acaba, desta forma, por excluir a colaboração política feminina da maioria dos assuntos.

Carneiro Pacheco, ministro da educação nacional e responsável pela criação da OMEN, da Mocidade Portuguesa e, mais tarde, da Mocidade Portuguesa Feminina, tomou posse da Instrução Pública em Janeiro de 1936, que foi posteriormente transformada no Ministério da Educação Nacional (MEN).

Ao criar esta organização estatal feminina, “O Estado — neste caso o MEN — propunha-se, assim, (...) complementar a tarefa familiar através da educação das crianças e dos jovens nas escolas e da reeducação das mães através da OMEN”⁸⁶. O MEN e a OMEN estimulavam então, uma acção educativa familiar, com uma índole essencialmente maternal.

Todas estas dinâmicas de poder foram então estabelecidas no sentido de melhor controlar as vidas e os hábitos das mulheres portuguesas, com o intuito de as tornar mais “sãs” e “santas”, retratando assim, a ideologia que o Estado Novo pretendia assumir. Ou seja, como organização de assistência pública, esta também funcionava como instrumento de propaganda do Regime, pois a actividade educativa era considerada uma potencial arma de arremesso ideológico. Assim, “A OMEN propunha-se actuar directamente nos seus centros, em reuniões públicas de propaganda, na imprensa, no teatro, no cinema e na rádio (...)”⁸⁷.

A Obra das Mães pela Educação Nacional não foi uma obra de assistência material, mas sim uma organização que investia no campo moral, na reeducação da mulher reforçando a ideia de que esta devia permanecer no lar. A parte de assistência em termos de apoios económicos e materiais cabia à providência do Estado. Contudo, os valores da mortalidade infantil eram extremamente altos, o que se tornava revelador da inexistência de assistência materno-infantil em Portugal.

Desta forma, a organização criou a “Semana da Mãe” que acabou por lhe conferir grande visibilidade pública, bem como à *Mocidade Portuguesa Feminina*: “As iniciativas mais visíveis da organização seriam as Semanas da Mãe, os Berços e Enxovais

86 Irene Flunser Pimentel, *A cada um o seu lugar - A política feminina do Estado Novo*, 2011, p. 210.

87 *Ibidem*, p. 212.

e os Prémios às Famílias Numerosas, através das quais a OMEN desenvolveu de forma paternalista alguma caridade pontual”⁸⁸. Cabia assim, a esta organização, estimular a acção educativa da Família, assegurar a cooperação entre esta e a Escola e preparar melhor as gerações femininas para os seus futuros deveres maternos, domésticos e sociais. A OMEN fora então, concebida com o intuito de restaurar a consciência da importância da educação das portuguesas de amanhã, enaltecendo a maternidade, transmitindo conhecimento e valores morais e promovendo a cultura dos princípios da higiene e das regras sociais entre as famílias, educando através da família, ou seja, reeducando as mães. Sendo esta, uma acção educativa segundo os princípios de doutrina e moral cristãs tradicionais em Portugal, estimulando e dirigindo a habilitação da mulher, para a educação familiar em harmonia com as boas tradições portuguesas: “Enquanto as jovens pertenciam à família mas também — devido à crise em que esta se encontrava — ao Estado, que se propunha criar a ‘mulher nova’ através da escola e da MPF, as adultas deviam permanecer no lar e, para isso, serem ‘reeducadas’”⁸⁹.

Durante a anual “Semana da Mãe”, a organização distribuía berços, enxovais e prémios às famílias numerosas como estímulo à maternidade, lembrando a importância da missão maternal da mulher e homenageando as mães que tinham muitos filhos. Deste modo, elaboravam-se campanhas de propaganda da natalidade prolífica. Estas acções, tinham como intuito final, a luta contra o trabalho feminino extra-doméstico e contra a diminuição da natalidade e mortalidade infantil:

“Outra das acções então levadas a cabo constituiu na afixação de cartazes que representavam a família-modelo portuguesa: um operário de Lisboa e a esposa com dez filhos, bem vestidos e bem alimentados, o contrário do que se via pelas ruas de Alcântara, Alfama ou Marvila, nos anos quarenta do século XX, em Lisboa”⁹⁰.

Esta organização não foi, no entanto, muito bem sucedida no intuito de reeducação das mulheres, pois apenas atingia uma parte elitista das mulheres de Portugal e não as mais pobres e de zonas mais rurais, sendo estas as que realmente necessitariam de apoio.

2.3. Educação de uma Mentalidade — Mocidade Portuguesa Feminina

No início do Estado Novo, a sociedade portuguesa vivia uma vaga de indisciplina que havia sido instalada durante a República e por isso, tornava-se necessário implementar disciplina e ordem como métodos de formação da juventude a nível moral e físico. Assim, com a justificação de que as famílias não possuíam condições para a missão de educação, aliada a uma escola insuficiente que não cooperava com os pais na educação da juventude, foram criadas organizações como as Mocidades. Estas cooperariam com os liceus no que dizia respeito

88 Irene Flunser Pimentel, *A cada um o seu lugar - A política feminina do Estado Novo*, 2011, p. 215.

89 *Ibidem*, p. 222.

90 *Ibidem*, p. 103.

ao “desenvolvimento da capacidade física, à formação do carácter e à devoção à Pátria, no sentimento da ordem, no gosto da disciplina e no culto do dever militar”⁹¹.

Reforçando esta ideia, Salazar havia referido, em entrevista com António Ferro, a importância das crianças para o português do futuro segundo os ideais do regime: “Querendo modificar a mentalidade dos portugueses, como é nossa intenção, elas constituem, na verdade, o terreno virgem em que essa educação nova mais pode frutificar...”⁹².

“A República tinha abolido o ensino religioso nas escolas de acordo com o programa de laicização geral da sociedade iniciado com a Lei de Separação do Estado da Igreja em 1911, (...)”⁹³. Esta separação é, com o novo regime, cancelada, voltando-se a valorizar o papel da Igreja na Educação do povo português. A “cristianização” foi, desde o início, um elemento importante da doutrina de Salazar. Assim, nesta época, o ensino era intrinsecamente católico e, como tal, leal à ideologia salazarista. Para o estado, a educação deveria ser integral e cristã.

Em 1936, o *Ministério da Educação Nacional* — MEN (antigo Ministério da Instrução Pública) constitui a reforma do sistema educativo da época, sendo uma das suas medidas, a instituição, por parte de Carneiro Pacheco, da *Mocidade Portuguesa* - MP. Este, “(...) introduziu o compêndio único de História e o canto coral no ensino — primário e secundário —, impôs o crucifixo nas salas de aula das escolas primárias e transferiu os serviços de inspecção dos espectáculos para o MEN”⁹⁴. A introdução da religião na educação e a adopção do livro único foram, também, usados como elementos e instrumentos do centralismo patriótico que era exercido nas escolas portuguesas salazaristas.

Como forma de preservar e nutrir o tipo de mentalidade pretendida pela doutrina e ideologia do Estado Novo, “Considerou-se, desde o início, que a escola tinha um papel doutrinator e legitimador fulcral na consolidação política, substituindo-se a noção de “instrução” pela de “formação das consciências”⁹⁵.

Salazar infunde, também, uma educação especificamente feminina, onde “A “economia doméstica”, noções de higiene e enfermagem, bem como “a ciência das mães — a mais útil das ciências para a família e para a Pátria”, constituíam o fundamental da sua formação”⁹⁶. A educação da mulher na época do Estado Novo era, como referido, regida de acordo com os valores ideológicos da Escola Salazarista.

Em 1949, a co-educação foi proibida, contudo, e por falta de meios e estruturas, pois não existiam escolas suficientes para serem divididas por sexo, optou-se por criar, nos liceus mistos, salas de aulas diferentes para os rapazes e para as raparigas.

91 Artigo 1.º do Decreto-lei n.º 27 301, de 4 de Dezembro de 1936.

92 António Ferro, *Salazar, o homem e a sua obra*, 1933, p. 132.

93 Vanda Gorjão, *Mulheres em Tempos Sombrios. Oposição feminina ao Estado Novo*, 2002, p. 44.

94 Irene Flunser Pimentel, *A cada um o seu lugar - A política feminina do Estado Novo*, 2011, pp. 111-112.

95 Vanda Gorjão, *Mulheres em Tempos Sombrios. Oposição feminina ao Estado Novo*, 2002, p. 84.

96 Anne Cova; António Costa Pinto, O Salazarismo e as mulheres: uma abordagem comparativa, In *Penélope: Fazer e desfazer a História*, 1997, p. 83.

O programa escolar das meninas era então, constituído por uma educação de carácter feminino, dedicado a temas considerados exclusivos do sexo feminino:

“No 1º ciclo dos liceus femininos e das turmas femininas dos liceus mistos, instituiu a obrigatoriedade de frequência de aulas de labores femininos, (...) que se juntaram ao curso de higiene geral e de puericultura, proposto um ano antes pela deputada Maria Domitília de Carvalho”⁹⁷.

A escolaridade feminina era, de forma evidente, inferior à masculina, contudo com o passar do tempo isso acabou por mudar, fazendo-se sentir um crescimento considerável desta, chegando mesmo a existir, no liceu, mais raparigas do que rapazes: “Os estudos da maioria das jovens terminavam, porém, no final do liceu, dado que, no início da década de sessenta, elas constituíam apenas cerca de 31% da população estudantil universitária”⁹⁸.

Consequentemente, com a separação de sexos posta em acção, as jovens que chegavam à universidade, não se encontravam preparadas para saber como agir perante o sexo oposto com companheirismo e igualdade, acabando por se acanharem bastante quando tinham que conviver com os mesmos, resultando numa clara desvantagem das jovens perante o sexo oposto.

Em 1938, surge então a *Mocidade Portuguesa Feminina*. Carneiro Pacheco incumbiu a OMEN da formação e direcção desta organização, que foi, desde o início, independente da *Mocidade Portuguesa* masculina e que procurava complementar a educação das jovens portuguesas.

Apesar da consolidação da união entre a educação e a religião neste novo regime, a Igreja não vê com bons olhos a criação de organizações como as Mocidades, considerando-as como uma tentativa de Carneiro Pacheco de monopolizar estatalmente a juventude. Desta forma, o Ministro da Educação Nacional, como maneira de apaziguar a Igreja, escolhe para a direcção e orientação destas organizações, mulheres católicas e tradicionalistas. Assim, Maria Guardiola, Maria Luíza Van-Zeller, Fernanda de Almeida d’Orey e Joana Moreira Mendes Leal foram seleccionadas para fazerem parte da direcção da MPF, sendo Maria Guardiola, a principal responsável pela evolução desta. No final, a Igreja e a MPF acabavam por travar uma luta semelhante, pois partilhavam dos mesmos inimigos ideológicos: o liberalismo, o comunismo e o feminismo.

Os princípios da *Mocidade Portuguesa Feminina* prendiam-se com a famosa trilogia ideológica do regime do Estado Novo: “Deus, Pátria e Família”, devendo, cada rapariga que estivesse filiada, reger-se primordialmente por estes ideais. A sua filiação, apesar de ser apresentada como facultativa era na realidade obrigatória, pois caso alguma jovem a renunciasse, esta seria muito mal encarada, o que acaba por ser bastante revelador da pressão social que existia nos liceus para que todas fizessem parte desta organização que procurava transmitir a ideologia e doutrina do Estado Novo.

97 Irene Flunser Pimentel, *A cada um o seu lugar - A política feminina do Estado Novo*, 2011, pp. 115-116.

98 *Ibidem*, p. 123.

Com esta organização, pretendia-se portanto a promoção de uma educação moral, social, física, religiosa e, especialmente, nacionalista, das raparigas. Esta era fomentada como complemento da educação escolar, ou seja, como actividade extra-curricular. Assim, o ensino da MPF contemplava lições de canto coral, puericultura, enfermagem e economia doméstica, havendo uma clara persistência nos temas ligados à Família, à Pátria e à Fé.

A MPF propunha-se então, à criação de uma “mulher nova”, através da transmissão da ideologia de que a mulher deveria apoiar e servir o próximo, não olhando para si própria, ou seja, esquecendo o individualismo e o egoísmo que haviam sido implantados pelo liberalismo:

“Quería-se, em suma, incorporar na natureza física das jovens a capacidade para aceitar o esforço pelo bem do outro, a preparação para a rotina das tarefas e para a repressão da preguiça, o pior de todos os males”⁹⁹, (...) a possibilidade de a mulher poder olhar-se a si própria, activando em si os mecanismos que levam à procura de bem estar e de realização pessoal, é um processo bastante desvalorizado na condição feminina”¹⁰⁰.

Esta organização procurava controlar a juventude feminina escolarizada de classes médias de zonas urbanas, por serem as que mais se encontravam expostas aos maus caminhos da modernidade, tendo uma implantação sobretudo urbana e dentro destas classes sociais.

Nas aulas extra-curriculares da MPF, era também divulgada a importância do matrimónio bem como do seu fim principal, a maternidade. Deste modo, nas disciplinas como a *Economia Doméstica*, era transmitido às jovens as inúmeras regras para se ser a esposa ideal:

“(…), é necessário gastar menos do que se tem; pagar a pronto, não esconder despesas ao marido; só comprar o necessário; comprar bem, o que não quer dizer o mais barato; amar a ordem sem lhe escravizar os outros; considerar-se a última da casa e o marido o primeiro; considerar-se simples depositária do ordenado do marido; não lembrar o seu dote; pensar em todos os detalhes. Segue-se um horário semanal ao minuto, no qual estão previstas todas as actividades caseiras, sociais, pessoais, e culturais (nomeadamente as relações com os criados) e a música adequada a cada hora e a cada tarefa, assim como os orçamentos-tipo segundo as entradas. Enfim, como mobilar a casa, decorá-la, ocupar-se dos animais e da horta, no estilo ‘casa portuguesa’”¹⁰¹.

Outra vertente que marcou a educação desta época e este organismo foi o investimento na educação física: “(...) António Carneiro Pacheco deu, (...) à educação física um lugar central na lei de reforma do sistema educativo”¹⁰², ficando, desta forma, a educação física, com lugar a par da educação moral, cívica e social, visando o aperfeiçoamento integral do indivíduo.

99 Inês Paulo Brasão, *Dons e Disciplinas do Corpo Feminino: Os Discursos sobre o Corpo na História do Estado Novo*, 1999, p. 59.

100 *Ibidem*, p. 39.

101 Maria Belo; Ana Paula Alão, O Estado Novo e as mulheres, In *O Estado Novo. Das origens ao fim da autarcia, 1926-1959, vol. II*, 1987, p. 266.

102 Irene Flunser Pimentel, *A cada um o seu lugar - A política feminina do Estado Novo*, 2011, p. 243.

Como seria de esperar, esta nova vertente não foi bem aceite no lado da educação feminina, pois a sociedade continuava a considerar que a mulher, no que tocava à cultura do corpo, deveria ser apenas espectadora e não exibicionista. Existindo o receio de afastamento da mulher da sua missão ao aproximá-la da formação e educação masculina. Contudo, o desporto físico era defendido como elemento pertinente da educação da mulher, argumentando com a importância de terem um corpo forte e saudável para a derradeira missão de serem mães. Assim, a educação física procurava, associada à higiene, o fortalecimento racional, a correcção e defesa do organismo. Sendo estas actividades rigorosamente adequadas ao sexo e à idade.

Ou seja, a mulher podia então praticar desporto, mas apenas desportos não prejudiciais à sua missão natural e que não ofendessem a delicadeza do pudor feminino: “A natação (...), o ténis, os desportos de mar e os jogos, embora salutareis, deviam ser vedados às raparigas porque implicavam ‘esforços excessivos’ e uma ‘influência desmoralizadora das virtudes que queremos nas nossas mulheres’”¹⁰³.

Também, no programa de educação levados a cabo pela MPF foi integrado:

“(...) um capítulo referente à incorporação de “boas maneiras” nas suas filiadas. Interiorizar nas raparigas certas “maneiras”, isto é, certos modos convencionais de apresentar o corpo, passava por traçar fronteiras morais entre manifestações corporais permitidas e interditas nos espaços de convivência social”¹⁰⁴.

Todos estes valores e ideais, inspirados no modelo familiar, que posicionavam o sexo feminino numa posição específica na sociedade, surgiam como forma de controlo e censura de qualquer outro tipo de comportamento ou relacionamento, por parte da mulher, considerado inadequado.

Assim, e apesar de existir um menor investimento na educação intelectual das mulheres nesta época, como referido anteriormente, com o passar do tempo as jovens acabam por chegar mais longe nos estudos, chegando mesmo a frequentar a universidade. Contudo, quando contempladas com a escolha entre o casamento e o curso, a maior parte optava pelo casamento, isto devido à educação e aos ideais a que foram expostas, acabando por abandonar os estudos quando se casavam, não terminando assim, o curso.

2.4. A Mulher e a Profissão

Em relação ao trabalho, a mulher também se deparava com grandes limitações. O acesso a determinadas profissões era-lhe completamente vedado, sendo apenas permitido, ao sexo feminino, exercer profissões que estivessem directamente relacionadas com “actividades femininas”, tais como a enfermagem e o ensino.

103 Irene Flunser Pimentel, *A cada um o seu lugar - A política feminina do Estado Novo*, 2011, p. 247.

104 Inês Paulo Brasão, *Dons e Disciplinas do Corpo Feminino: Os Discursos sobre o Corpo na História do Estado Novo*, 1999, p. 85.

Para Salazar, o trabalho fora do lar não trazia qualquer vantagem à mulher, prejudicando a verdadeira função feminina na família, que possuía uma economia própria. Este atribuiu assim, às tarefas femininas no lar, importância moral, social e económica. O sustento da família deveria vir sempre do homem e nunca da mulher, muito menos da mulher casada. Não devendo, o trabalho da mulher fora do lar, ser fomentado em qualquer situação, pois tal coisa, segundo Salazar, destruiria a Família:

“(...) a mulher não devia alargar as fronteiras do seu relacionamento social mais elementar (a família), nem ultrapassar as fronteiras legítimas e aceitáveis de conhecimento, investindo (...) numa promoção pessoal de nível superior com possibilidade de confrontar, directamente, os campos profissionais tradicionais do sexo masculino”¹⁰⁵.

Contudo, este ideal nem sempre era cumprido pois, a mulher, muitas vezes por insuficiência salarial do chefe de família, não tinha outra solução senão recorrer ao trabalho extra-doméstico. Ao mesmo tempo, também se verificava uma maior preocupação com a mulher da classe média por parte do estado, acabando assim, por negligenciar as mulheres do povo, que continuaram a trabalhar dentro e fora do lar.

O afastamento da mulher do mercado de trabalho tinha também como propósito eliminar a concorrência feminina, pois existia falta de emprego no mercado de trabalho. Por outro lado, as indústrias também acabavam por fazer proveito da mão-de-obra de mulheres e mesmo crianças, por ser mais barata. Assim, como forma de controlo do trabalho feminino fora do lar, algumas indústrias eram impedidas de recorrer a este enquanto houvessem homens desempregados, ou seja, enquanto existisse desemprego masculino, as mulheres não deveriam ser contratadas, reservando-se em primeiro lugar as vagas de emprego aos homens. Existindo, ainda, a preocupação de que a mulher, ao trabalhar nas indústrias estaria a ser alvo de proletarização e masculinização.

A Igreja também justificava o retorno da mulher ao lar alegando que o trabalho das mulheres nas fábricas não era apropriado para estas, por estarem expostas a outros homens, e assim serem vítimas, devido ao seu fraco carácter, de perseguição e assédio por parte dos patrões e não só. O trabalho feminino era, desta maneira, uma preocupação do Estado e da Igreja, que usavam como argumento principal, a protecção à maternidade.

A par das mulheres seleccionadas a dedo para os sectores femininos do Estado, este impedia o acesso da mulher à carreira diplomática. Todavia, existiam alguns sectores do mercado de trabalho, impostos pelo Estado e estabelecidos pela MPF, a que o sexo feminino estava autorizado a exercer profissão, tais como a enfermagem, a assistência social, o ensino ou a puericultura, tendo todos estes, como característica comum, o facto de serem profissões que implicavam o cuidar dos outros.

Ainda assim, foram tomadas várias medidas nas diversas profissões como forma de demover o trabalho feminino extra-doméstico. Além do impedimento do trabalho

105 Inês Paulo Brasão, *Dons e Disciplinas do Corpo Feminino: Os Discursos sobre o Corpo na História do Estado Novo*, 1999, p. 37.

feminino em vários sectores e profissões, dentro das que eram autorizadas, existiam várias restrições às profissionais. Eram exemplo disso, as professoras primárias, que para se poderem casar teriam que pedir autorização ao *Ministério da Educação Nacional*, sendo esta uma forma de existir um controlo sobre a classe social da professora, que procurava impedir que estas pudessem obter mobilidade social através do casamento. Estas, podiam apenas, casar com um pretendente que apresentasse bom comportamento moral e civil e cujo vencimento estivesse em harmonia com o da mulher, ou seja, fosse superior. Também outras profissionais se encontravam impedidas de casar, perdendo o seu emprego assim que se casassem ou tivessem filhos, tais como, as telefonistas, as hospedeiras de ar e as enfermeiras.

Como tal, a situação civil ideal para o exercer da profissão de enfermeira, eram a condição de solteira ou viúva, aceitando mulheres casadas apenas em ocasião de falta de pessoal nos hospitais: “(...) a condição de solteira ou viúva mantinha-se como ideal ao exercício da enfermagem, sendo as mulheres casadas admitidas por motivo de escassez de pessoal nos hospitais oficiais”¹⁰⁶.

As professoras estavam ainda, proibidas de usar vestidos elegantes ou usar maquiagem enquanto exerciam a sua profissão. Paralelamente, no mercado de trabalho, as mulheres recebiam metade do que o homem recebia, sendo consideradas apenas como “auxiliares” ou “aprendizes” e nunca mais do que isso.

Desta forma, o Estado também tentou travar a feminização do corpo docente do liceu através da atribuição de um ordenado superior aos docentes masculinos, de maneira a atraí-los para a profissão, havendo assim menos vagas para docentes do sexo feminino. Isto porque, a educação de rapazes por via de professoras não era propriamente vista com bons olhos: “O facto de os rapazes serem educados por professoras era encarado como causador da degradação do ensino secundário”¹⁰⁷. Todavia, esta medida não se verificou eficaz.

A partir dos anos 60, as coisas acabam por começar a mudar relativamente aos limites do trabalho da mulher fora do lar, pois “A proibição de casamento a certas profissionais foi (...) criticada no seio do próprio regime, onde a medida foi encarada como indo contra a própria ideologia e a religião, que preconizava para a maioria das mulheres um papel de mãe e de esposa”¹⁰⁸. Começam, assim, a surgir algumas entidades a solicitar a alteração desta lei que, conseqüentemente, acabaria por ser alterada, mais precisamente no ano de 1966. Contudo, as mulheres continuavam a ser as exclusivas incumbidas do governo doméstico, sendo desta forma, imposta uma carga de responsabilidade muito maior sobre as mulheres que trabalhavam dentro e fora do lar.

106 Vanda Gorjão, *Mulheres em Tempos Sombrios. Oposição feminina ao Estado Novo*, 2002, p. 108.

107 Irene Flunser Pimentel, *A cada um o seu lugar - A política feminina do Estado Novo*, 2011, p. 133.

108 *Ibidem*, p. 61.

2.5. Publicações Femininas do Estado

Como forma de complementar a transmissão de todos estes valores de doutrina da mulher ideal pretendida pelo regime, e infundir a ideologia nacionalista e cristã no seio das raparigas, ou seja, enquadrá-las, mobilizá-las e adaptá-las ao regime salazarista, existiram além do “(...) livro de Economia Doméstica, onde a mulher é assumida como “gerente do Lar” e onde se afigura que o ciclo da sua vida é claramente marcado pelo tempo de um dia: a manhã, a tarde e a noite, e assim sucessivamente”¹⁰⁹, várias publicações periódicas que tinham como propósito o reforçar desta mentalidade no sexo feminino. Assim, o estado, mais propriamente as organizações femininas estatais, publicam revistas como o *Boletim Mensal da Mocidade Portuguesa Feminina* e, em seguida, a revista *Menina e Moça*.

As publicações eram, portanto, os principais meios de transmissão de valores e comportamentos entre as suas leitoras, tendo como intuito primordial a criação de uma mulher “nova”:

“(...) as publicações periódicas parecem ter sido lugares privilegiados para a divulgação de manuais de cortesia. Encontrámo-los, também, nos Boletins da MPF (cujo acesso era limitado às assinantes), bem como em revistas publicadas pela Igreja e em outros almanaques femininos de cariz mundano”¹¹⁰. Estas permitem-nos (...) interpretar o processo de educação das “maneiras” femininas como parte do processo de disciplinarização das práticas corporais que ocorre no contexto do Estado Novo”¹¹¹.

Estes periódicos surgiam assim, como elementos de propaganda da doutrina cristã criada para a mulher da época do Estado Novo: “(...) segundo a representação dominante do Estado Novo, a mulher boa é, precisamente, a mulher cristã, porque não questiona, não transgri-de e porque ama, isto é, ama missionariamente. A mulher forte e boa é a mulher frágil”¹¹².

Assim, é lançado em 1939, o *Boletim Mensal da Mocidade Portuguesa Feminina*, que será publicado até 1947, e que se dirigia às suas filiadas. Esta revista era propriedade da organização estatal OMEN e tinha como directora a sua presidente Condessa de Rilvas e como editora Maria Joana Mendes Leal.

Dirigida às jovens das classes sociais média e alta, apesar de ter a pretensão de querer alcançar toda a juventude feminina, propunha-se combater os principais defeitos da mulher influenciada pelo espírito moderno: a futilidade, o hedonismo, a vaidade e a arrogância, procurando assim, a criação de mulheres disciplinadas, fortes, contudo, não masculinas, de espírito cristão e nacional, orientadas para as suas funções no Lar, na família e na sociedade:

109 Inês Paulo Brasão, *Dons e Disciplinas do Corpo Feminino: Os Discursos sobre o Corpo na História do Estado Novo*, 1999, p. 43.

110 *Ibidem*, p. 87.

111 *Ibidem*, p.87.

112 *Ibidem*, p. 100.

“Nas publicações periódicas da Mocidade Portuguesa Feminina é possível descortinar esta concepção: a mulher deve dar-se unicamente ao seu tempo, trabalhar para aqueles que gera, guardar para aqueles que ampara, querer mais e melhor para os que quotidianamente a rodeiam”¹¹³.

Ou seja, o sexo feminino tinha como principal função o servir os outros, devendo colocar o “eu” sempre para segundo plano.

É importante referir ainda, que “são sobretudo as mulheres – escritoras, cronistas e representantes de cargos oficiais – que apelam e constroem outras mulheres à tomada de uma atitude de auto-controle em relação ao seu corpo”¹¹⁴, o que não deixa de ser um facto bastante curioso:

“É, aliás, a atribuição de um grande valor social à beleza física do corpo que, no discurso destas mulheres, corresponde a um traço marcante do espírito moderno. E, precisamente, estas mulheres batem-se contra esse espírito, porque nele o corpo assume-se como traço de individualização, e de liberdade”¹¹⁵.

O Boletim da MPF continha artigos dedicados à religião, às actividades da Mocidade e à transmissão de valores e comportamentos. Possuía também, uma grande divulgação do país, em contraponto com outros países, propagandeando Portugal como um país ideal e manifestando desta forma o cariz ideológico e doutrinário do Estado Novo. Este periódico, termina em 1947 sem aviso prévio.

Posteriormente, é lançada a revista *Menina e Moça* em 1947, publicada até 1974 e editada, também, por Joana Maria Mendes Leal. Esta publicação era aparentemente menos politizada que a anterior, tendo como objectivo alcançar todas as raparigas portuguesas e acompanhar jovens de outro tipo de classes sociais. A ideologia era portanto, introduzida de maneira mais subtil, chegando mesmo a apresentar rubricas relacionadas com moda, cinema, desporto e diversas leituras. Assim, tinha um aspecto mais leve e arejado, concebido pela ilustradora Maria Margarida Ottolini. Mais tarde, seriam ainda, incluídas na revista, artigos como os que normalmente existiam noutras revistas femininas, tais como “Humorismo”, “Astrologia”, “Caracterologia”, “Grafologia”, “Beleza” e “Psicologia”.

A publicação *Menina e Moça* torna-se então, mais semelhante a outras revistas femininas da época, contudo continuando a transmitir o culto de Salazar e do regime. Persistindo, desta forma, na ideia de transmissão de valores e formas de comportamento da mulher ideal. Tal como se pode verificar num texto publicado nesta revista em Abril de 1949:

“Uma verdadeira rapariga não usa penteados complicados, modas espantosas, decotes exagerados. Não toma posições estudadas como “as estrelas”. Não se faz interessante com gritinhos e “graças” que dão nas vistas. Uma verdadeira rapariga distingue-se pela naturalidade e correcção. É a simplicidade que faz a elegância da moda e das maneiras”¹¹⁶.

113 Inês Paulo Brasão, *Dons e Disciplinas do Corpo Feminino: Os Discursos sobre o Corpo na História do Estado Novo*, 1999, p. 42.

114 *Ibidem*, p. 90.

115 *Ibidem*, p. 91.

116 In *Menina e Moça*, nº 24, Abril de 1949, p. 2.

As páginas de moda, com o passar dos tempos, ganham um lugar de relevância nestas publicações, sendo ilustradas com desenhos e fotografias cedidas pela casa de *Modas Constanze*. As fotografias usadas na revista, eram também fornecidas gratuitamente pela *Kodak* e começaram a ter uma presença crescente na revista, todavia continuando sempre a existir o uso de ilustrações.

Em Janeiro de 1961, a MPF irá também lançar uma revista, com o nome de *Mãos Dadas*, dirigida por Aida Cardigas dos Reis que é dedicada a jovens adolescentes não escolarizadas e de classes sociais mais baixas, sendo estas adolescentes, consideradas como raparigas que não tinham o “gosto estragado” por leituras que poderiam deformar a sua mentalidade e sensibilidade.

O fim do periódico *Menina e Moça*, será ditado pela Revolução dos Cravos, publicando o seu último número em Abril de 1974, tendo a sua publicação durado 27 anos.

3. ANÁLISE A 10 PERIÓDICOS FEMININOS DA ÉPOCA DO ESTADO NOVO

3.1. Introdução à Análise

A revista, como objecto, é uma publicação que permite uma leitura repartida, fragmentada e não contínua. Assim, normalmente, as revistas, depois de lidas são esquecidas e, muitas vezes, descartadas. Ou seja, ao relacionarmos esta com o objecto livro, é mais efémera. Apenas alguns guardam estas publicações. A efemeridade das revistas deve-se, também, ao facto de serem estruturalmente mais frágeis e menos volumosas do que o livro. Ao contrário do livro que usualmente tem apenas um autor, as revistas são fruto do trabalho de diversos autores, coordenadas por um editor.

Contudo, na realidade, apesar de efémeras, estas acabam por constituir um retrato de uma época, neste caso específico, o retrato da mulher do Estado Novo.

Para esta análise, temos então, como objecto de estudo, um conjunto de 10 publicações periódicas dirigidas à Mulher na época do Estado Novo (Fig. 14). Por existir uma grande quantidade de periódicos femininos durante este período, cingimo-nos apenas aos periódicos publicados durante as décadas de 40 e 50. As revistas escolhidas encontram-se na categoria de revista popular, tanto a nível de textos publicados e a nível gráfico.

Periódicos Femininos seleccionados:

Modas e Bordados (1912-1975)

Eva: Jornal da Mulher e do Lar (1925-1989)

Mocidade Portuguesa Feminina: Boletim Mensal (1939-1947)

Arte Feminina (1942-1944)

Os Nossos Filhos (1942-1964?)

Mãos de Fada: Revista de Lavoros Femininos (1945-1955)

Menina e Moça: A Melhor Revista para todas as Raparigas (1947-1974)

Jornal Magazine da Mulher (1950-1955)

Crónica Feminina (1956-?)

A Mulher no Lar (1957-?)

Assim, estes periódicos foram analisados com base em diferentes pontos, na sua maioria referentes ao carácter gráfico da publicação.

Pontos de Análise:

Público-alvo, Temática, Dimensões, Grelha, Cores, Tipos de Letra, Ilustração, Fotografia, Publicidade, Infografia e Técnicas de Produção .

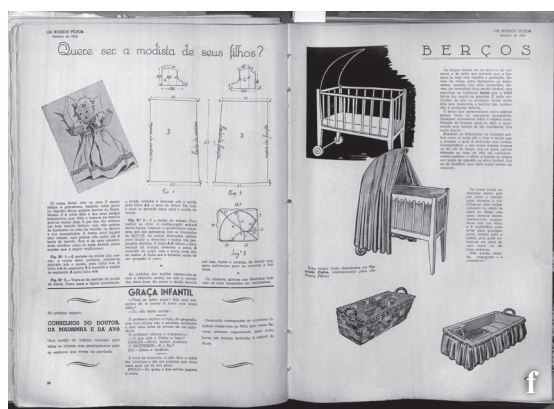


Fig. 14 - Alguns Spreads das Revistas Analisadas: a - Menina e Moça; b - Modas e Bordados; c - Jornal Magazine da Mulher; d - Crónica Feminina; e - EVA; f - Os Nossos Filhos; g - Mãos de Fada; h - Mocidade Portuguesa Feminina: Boletim Mensal.



Fig. 15 e 16 - Exemplos de Sistemas de Grelhas (à esquerda spread de Menina e Moça e à direita spread de Modas e Bordados).

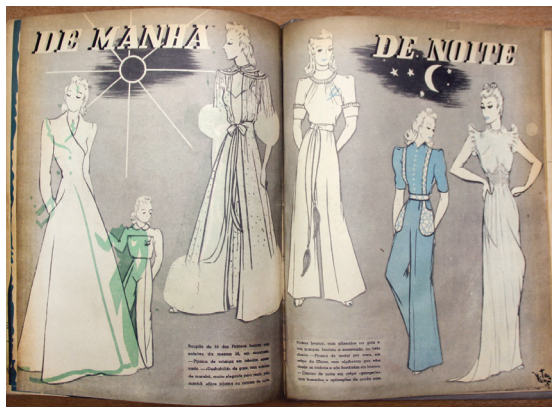


Fig. 17 - Exemplos de utilização de Cores - Eva.



Fig. 18 - Exemplos de utilização de Tipos de Letra - Eva.



Fig. 19 - Exemplos de utilização de Ilustração - Modas e Bordados.

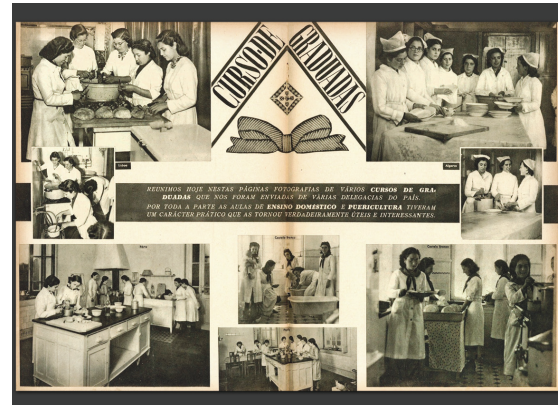


Fig. 20 - Exemplo de utilização de Fotografia - Boletim Mensal da MPF.



Fig. 21 - Exemplo de spread de Publicidade - Modas e Bordados.



Fig. 22 - Exemplo de utilização de Infografia - Eva.

3.2. Análise Geral

3.2.1. Público-alvo

Os periódicos analisados, são todos do domínio feminino. Assim, as dez revistas são todas dirigidas ao sexo feminino, na sua maioria, mulheres de zona urbana e de classe social média. As revistas da propriedade do Estado, portanto, da OMEN, eram direccionadas essencialmente para as jovens raparigas, futuras mulheres, filiadas da *Mocidade Portuguesa Feminina*. As restantes, na sua maioria, tinham como público-alvo, mulheres já adultas, nalguns casos que partilhavam interesse por um tema específico, tal como a costura ou tarefas relacionadas com esta. Já o periódico *Os Nossos Filhos*, apesar de ser dirigido aos pais, por conter temáticas que eram consideradas primeiramente maternais, destinava-se na realidade às mães, portanto, às mulheres.

3.2.2. Temática

As revistas em questão, por serem todas dirigidas ao público feminino, contêm temáticas consideradas, aos olhos do Estado Novo, como femininas. Em algumas situações, como é o caso da revista *Eva: Jornal da Mulher e do Lar*, que começou a ser publicada muito antes da constituição dos novos ideais para a mulher, tal como, o “Retorno ao Lar”, o seu tipo de linguagem e temáticas sofreram alterações:

“(...) a revista Eva, que observou uma clara fascização dos conteúdos a partir de 1933, depois de, numa primeira fase, desde 1925, ano em que surgiu, terem sido publicados artigos louvando as conquistas sociais e o direito de voto que as mulheres haviam alcançado noutros países. Segundo a evidente lógica propagandística, começaram a abundar artigos, contos e histórias de tom conservador e moralista que advogavam o papel tradicional da mulher como esposa e mãe”¹¹⁷.

Os periódicos femininos desta época, eram então constituídos por temáticas dirigidas à mulher, tais como a moda, costura, culinária, conselhos de beleza, etiqueta, decoração, limpeza, artigos sobre outras mulheres, puericultura, maternidade, enfermagem, novelas e romances. Todavia, nestes dez periódicos, encontramos o periódico *Jornal Magazine da Mulher* que apresenta um texto de introdução manifestando o objectivo de conter os artigos normais que se encontram em revistas femininas, mas ainda, outros assuntos de foros mais variados, argumentando que a mulher devia acompanhar a evolução da vida moderna e problemas da época, como forma a torná-la mais capaz na sociedade. Refere ainda, que limitar a mulher aos assuntos específicos para o sexo feminino, era como retirar a sua capacidade de ser pensante:

“(...) Mas no meio deste coro de simpatias, um facto nos feriu a atenção. Era a insistência de algumas num lema que se tem usado e abusado: - uma revista feminina... ah sim, é simples! Modas, culinária, tratamentos de beleza, processo de tirar nódoas, costura, como se arrumam as casas, um conto de amor, e está a revista feita. (...) Sim, “Jornal Magazine da Mulher” contém tudo isto, mas também se ocupará

117 Vanda Gorjão, *Mulheres em Tempos Sombrios: Oposição feminina ao Estado Novo*, 2002, p. 72.

de assuntos de carácter mais amplo, visto entendermos que relegar o poder de compreensão e interesse da mulher apenas para aqueles assuntos específicos, é desprestigiá-la na sua qualidade de ser pensante e, o que ainda é mais, estabelecer uma teoria desarticulada da realidade que vivemos. (...) A mulher no seu trabalho profissional coopera hoje com o homem na luta pela vida para a manutenção do lar e educação dos seus filhos e isto dá-lhe, necessariamente, em relação ao passado, uma visão mais vasta e mais objectiva do mundo e dos seus problemas. (...) Desta maneira “Jornal Magazine da Mulher” não condescende com uma limitação ao seu pensamento, pelo facto de ser uma revista feminina. Pelo contrário, é mesmo esta sua qualidade que o leva a acompanhar os problemas que a vida moderna impôs, principalmente no que diz respeito à mulher, assim como todos os assuntos que interessam indistintamente ao homem e à mulher, para que a ambos a sua leitura prenda, e aquela última se sinta, apoiada e compreendida nos seus sonhos, nos seus anseios, e nos seus esforços dentro da sociedade a que pertence.”¹¹⁸

Relativamente às revistas femininas estatais, *Boletim Mensal da Mocidade Portuguesa Feminina* e *Menina e Moça*, a temática, como seria de esperar, é constituída pelos assuntos habituais que se podiam encontrar nas revistas femininas da época, que por serem dirigidas a jovens raparigas, procuravam a criação e a formação da “mulher ideal”. Contendo ainda, o acrescento de assuntos nacionais e patrióticos, revelando o seu carácter nacionalista, e também, artigos específicos sobre as actividades de organizações estatais femininas OMEN e MPF.

Em alguns dos periódicos analisados, podemos ainda verificar a existência de suplementos, sendo estes, por um lado, dedicados à costura, contendo moldes para peças de roupa, motivos para toalhas, entre outros, e por outro, dedicados à literatura, com contos de romance, etc. Estas páginas ou suplementos literários surgiram ainda no século XIX nos periódicos portugueses.

3.2.3. Dimensões

A maior parte do material editorial impresso tem a tendência de obedecer a dimensões estandardizadas, acabando por ser uma boa opção aderir a estas, por ser mais fácil e mais rápido obtê-los na indústria do papel e por existir uma maior possibilidade de haver em stock. As impressoras e guilhotinas, também estão geralmente, adaptadas para estes formatos por serem os mais usados. Caso se pretenda um formato específico e fora do normal, esta decisão pode resultar num tempo de produção mais demorado, custo mais elevado e, quando necessário cortar excessos, num desperdício de papel.

Jan Tschichold também expressava, no seu livro *The New Typography* em 1928, a necessidade de existir um tamanho único nos periódicos impressos, coisa que na época em questão, não era cumprido na maioria das vezes, bem como nos periódicos aqui em análise: “Whoever reads and has to work with many periodicals knows well their main failing: the lack of any unity in their formats. Everyone knows how inconvenient this is

118 In *Jornal Magazine da Mulher*, nº 1, Junho 1950, p. 3.

for their storing and arrangement”¹¹⁹.

A maioria das revistas devem portanto ser impressas num formato similar, pois por serem vendidas em bancas e quiosques, ao lado umas das outras, é preferível terem dimensões perto do convencional, devendo assim, existir um tamanho standard entre periódicos. Contudo, existem algumas vantagens nos formatos fora do comum. Um periódico, ao ser impresso num tamanho abaixo da média, acaba por lembrar um livro, sendo dessa forma, associado a algo mais transportável, mais permanente e substancial. Por outro lado, quando impresso num tamanho acima da média, este oferece um maior espaço e liberdade para composições gráficas, acabando também por se sobressair no meio de outras publicações de tamanho normal. A opção pelo tamanho A4 (29,7 cm por 21 cm), também contém as suas vantagens: este constitui um formato suficientemente grande para conter uma quantidade razoável de elementos em cada página e suficientemente pequeno para uma leitura fácil.

As revistas aqui analisadas contêm, na sua maioria, formatos acima da média, provavelmente de maneira a chamarem à atenção da leitora, e para que se pudesse colocar mais informação em cada página, aproveitando o espaço que esta dispõe. Todavia, existe o caso específico da revista *Crónica Feminina* que, ao contrário das outras, possui um tamanho bastante menor, verificando-se uma utilização da página no seu máximo, com letras de tamanho pequeno, dificultando desta forma, a sua leitura. Por outro lado, torna-se também, num objecto fácil de transportar, por ter um formato de bolso. Também a revista *A Mulher no Lar* tem um formato fora do comum, por ser um desdobrável com um dos lados composto de vários moldes de costura, com peças de roupa, toalhas, etc. e outro, com um único plano de molde do tamanho do desdobrável aberto (70 cm de altura por 100 cm de largura).

Na projecção de um objecto editorial impresso, o número total de páginas tem ainda, de ser múltiplo de quatro, por serem impressas em cadernos, tal como verificamos nas revistas desta análise, existindo ainda, por vezes, suplementos que se podem extrair da revista e que acabam por constituir um extra na quantidade de páginas por revista.

3.2.4. Sistema de Grelha

O papel de um designer de revista é fornecer expressividade e personalidade a esta, de forma a atrair o leitor e construir o seu reconhecimento e fidelidade à marca por parte deste. Tem também a função de possibilitar ao leitor uma fácil compreensão de todos os elementos de interesse do periódico em si. O designer deve ser valorizado, não pela sua capacidade e técnica de desenho, mas sim pela competência de composição harmoniosa de diversos elementos.

Desta forma, para a persuasão do leitor, a capa constitui um factor fundamental re-

119 Jan Tschichold, *The New Typography: a handbook for modern designers*, [(1928) 1998], p. 202.

lativamente à escolha de uma revista em detrimento de outra, acabando por existir uma espécie de competição com tudo o que a rodeia. A sua composição deve ser apelativa. É na capa que é fornecida a informação base do periódico, ou seja, o preço, data, número, nome da revista e conteúdo, que devem ser colocados de forma a não prejudicar o design desta. Assim, os cabeçalhos das capas, devem conter um design estável, mantendo a letra do logótipo e alterando, por vezes, apenas as cores ou o tamanho.

As imagens de capa, constituem também uma grande influência na sua venda, conferindo, geralmente, um atalho visual para o que poderemos encontrar no seu interior. Sendo mais comum, a utilização de fotografias de cara ou de corpo inteiro, na sua maioria de mulheres. O cabeçalho e a imagem da capa de uma revista são considerados, portanto, traços identificadores da mesma.

No que toca ao interior das revistas, os leitores esperam uma estrutura familiar e novo conteúdo, de cada vez que comprem um novo número. A paginação e planeamento de páginas é desta forma, um ponto importante no processo de produção de uma publicação periódica. “Se os textos e as imagens forem posicionados de modo sistemático, os elementos prioritários tornam-se evidentes”¹²⁰ e intuitivos, constituindo assim, um traço característico de cada periódico.

Para facilitar este processo de produção e paginação de objectos gráficos editoriais, existe o sistema de grelhas, que proporciona, ao designer, ferramentas práticas que permitem resolver os problemas da comunicação visual, com uma maior segurança e rapidez. O sistema de grelha é portanto, um método auxiliar na projecção destes objectos.

Assim, a grelha deve ser aplicada avaliando todos os critérios em questão, sendo esta um elemento que proporciona soluções para melhor resolver problemas de design de uma forma lógica, funcional e satisfatória a nível estético, constituindo uma solução prática para a composição editorial, que confere ordem, coerência e clareza. Esta é, desta forma, um elemento que racionaliza os processos criativos, devendo cada projecto ser meticolosamente estudado para se alcançar a grelha mais adequada.

No campo editorial, a grelha subdivide uma superfície em áreas menores, que ficam separadas pelas goteiras, de forma a que as imagens e o texto não toquem uns nos outros, preservando a sua legibilidade e permitindo a colocação correcta de cada elemento na composição do *layout*. Não existe nenhum limite para o número de divisões por página. Assim, a largura de cada coluna da grelha, de forma a permitir uma legibilidade fácil e agradável, deve ser adequada a cada texto e a cada corpo de letra:

“Todas as tabelas, fotografias, ilustrações e demais elementos gráficos ocupam o espaço de uma, duas, três, ou quatro retículas.(...) Deste modo obtém-se uma determinada uniformidade na disposição da informação visual”¹²¹. Para isto, o sistema de grelhas, proporciona uma estrutura objectiva, entendendo-se assim a hierarquia dos conteúdos,

120 Josef Müller-Brockmann, *Sistema de Grelhas: Um manual para designers gráficos*, [(1981) 2012], p. 12.

121 *Ibidem*, p. 11.

através da disposição dos elementos de forma lógica e sistemática e atribuindo ritmo à sua composição, de forma a melhor transmitir a informação:

“A incorporação de todos os elementos gráficos nas malhas de um sistema de grelhas cria um sentido de planificação, inteligibilidade e clareza, gerando uma ideia de ordem racional no design editorial. Esta ordem aumenta a credibilidade da informação e cria confiança”¹²².

Ainda, de forma a facilitar a navegação do objecto editorial, temos como elemento importante, a numeração de página, bem como a hierarquia da tipografia, ou seja, títulos, subtítulos, texto, em pesos e tamanhos diferentes, de forma a indicar o início e fim de cada artigo. Como referido por Joseph Müller-Brockmann: “A informação hierarquizada com títulos, subtítulos, textos, ilustrações, imagens e legendas, todos eles dispostos na grelha de uma forma lógica, será não somente lida mais rápida e facilmente, mas também melhor entendida e retida na memória”¹²³. Quanto à sua numeração, esta deve ser colocada numa área que satisfaça a nível funcional e estético: quando colocada na margem exterior, área mais comum, torna-se mais dinâmica, acompanhando o movimento de virar de página e aludindo a um movimento contínuo da leitura, e quando colocada no centro da margem da página torna-se estática, não sendo, por essa razão, a opção mais adequada.

O leitor, ao abrir uma publicação não a lê linha por linha. Antes passa o olhar pelo *spread* ou página de forma rápida e apenas se o seu interesse for despertado lerá o texto em detalhe. É, portanto, importante enfatizar contrastes e hierarquias de forma a “conduzir” o olhar do leitor e a criar uma unidade no *spread*, sendo ainda fundamental a esta unidade, a área a branco da página, que constitui também um elemento importante na criação de contrastes no *layout*.

O *layout* surge da união entre a função principal do objecto gráfico e as teorias estéticas da época em que é elaborado. Assim, em *The New Typography*, Jan Tschichold enfatiza a necessidade de desenhar publicações fiéis ao seu tempo e época, o que o leva a defender a abolição de ornamentos desnecessários, como os que eram usados anteriormente ao modernismo, ou seja, tudo o que estava visivelmente a mais na paginação deveria ser banido. Logo, os textos e imagens não deveriam ser contornados por linhas, ornamentos e molduras, sendo a área da goteira suficiente para separar os elementos do *spread*. Quanto menos elementos melhor. O autor também defendia o uso de pequenas margens, que eram geralmente grandes.

Tschichold defende ainda, a criação de formas e técnicas padronizadas, devendo, na composição das páginas de periódicos, distribuir-se as imagens de acordo com o conteúdo, em vez de se forçar o texto em torno de blocos de imagem ancorados ao centro da página, sendo mais eficaz a composição da página se os blocos de imagem forem produzidos em tamanhos fixos e não arbitrários. Desta forma, o design deveria constituir um meio de disciplina e ordem, sendo a grelha usada como um elemento de

122 Josef Müller-Brockmann, *Sistema de Grelhas: Um manual para designers gráficos*, [(1981) 2012], p.13.

123 *Ibidem*.

sistema modular, baseado em medidas padronizadas.

A maioria dos periódicos femininos portugueses das décadas de 40 e 50, não possuem um sistema de grelhas muito visível, sendo por vezes praticamente imperceptível, o que leva a acreditar que em algumas das revistas, este não é sequer utilizado como base de composição. Nas situações em que é utilizado, as suas composições são geralmente um pouco confusas e transmitem a necessidade de colocar o máximo de informação possível na área disponível, o que exige à leitora, um maior esforço e concentração para ler os seus artigos. Este facto leva a crer que as pessoas responsáveis pelo seu *layout* não possuíam as noções básicas de composição de página, nem tinham a preocupação, nem a intenção que os artigos fossem lidos na sua totalidade. Assim, a informação não é transmitida da forma mais adequada, acabando por se perder na confusão das páginas destas revistas.

Com base nos *layouts* que podemos observar nos periódicos em análise (Fig. 15 e 16), verificamos uma possível influência das teorias de Alfred Tolmer em *Mise en Page*, que ao contrário de Jan Tschichold, defendia a quebra de qualquer regra limitativa da forma do texto, ou seja, do *layout*. Já Tschichold considerava o “modelo clássico”, que vigora até aos princípios do séc. XX, demasiado decorativo, aprisionando o texto a uma forma pré-estabelecida. Assim, na Nova Tipografia defende um modelo mais funcional, no qual diferentes conteúdos se moldam a diferentes formas de texto e onde os elementos são dispostos assimetricamente e de forma mais dinâmica. Todavia, mesmo o modelo da Nova Tipografia constituía em si um conjunto de normas restritivas.

Tolmer, também em oposição a Tschichold, declarava o uso de ornamentos como uma mais valia na concepção do *layout*, por, numa página exclusivamente composta por tipografia, tornar qualquer falha mais óbvia. Tolmer defendia que, num *layout*, ao valorizar apenas o elemento da tipografia, fosse na concepção de um anúncio, livro ou revista, resultaria numa insatisfação por parte do leitor: “The attempt to eliminate the visual faculty and to give the text a direct appeal to the mind is accompanied by a feeling of dissatisfaction on the part of the spectator or reader”¹²⁴. Devem-se então, segundo Tolmer, usar ornamentos, ilustrações e imagens, explorando, sempre que possível, novas técnicas de *layout*, de forma a, através do elemento surpresa, apelar ao leitor.

Assim, segundo Alfred Tolmer, como forma de constante evolução a nível visual, era necessário procurar novas possibilidades de composição, tal como o uso de formas curvas e oblíquas: “In order to go a step further, and to obtain a greater variety of possible combinations, it became necessary to abandon the horizontal and the vertical scheme of obliques and curves”¹²⁵. Na maioria dos periódicos femininos analisados, verificamos também a utilização de variadas formas de composição, podendo observar-se a presença de formas oblíquas e imagens colocadas na transversal e em justaposição.

3.2.5. Cores

124 Alfred Tolmer, *Mise en Page: The Theory and Practice of Lay-out*, 1931.

125 *Ibidem*.

A cor é um elemento, que no design editorial, oferece muitas possibilidades ao designer. Esta, pode ser utilizada, para dar expressão ao conteúdo e uma certa intencionalidade ao objecto editorial; serve, igualmente, para destacar algum elemento que possa captar a atenção do leitor e tornar a publicação mais apelativa. Por essa mesma razão, é nas capas que se verifica uma maior utilização da cor, como forma de apelar a atenção do possível comprador/leitor.

O método mais usado para a impressão de publicações, hoje em dia, é o *offset*, ou seja, com o sistema de quatro cores CMYK, o que torna possível um leque infindável de variadas tonalidades. As cores directas, devido ao seu custo mais elevado, são apenas utilizadas em secções específicas de cada publicação. Contudo, na época aqui estudada, o *offset* era ainda, um sistema pouco utilizado, sendo mais usual a utilização de poucas cores, geralmente directas e impressas em sobreposição, que se restringiam apenas a determinadas áreas da publicação, como forma de diminuir o custo de produção.

Ao longo de uma publicação, os destaques de cor podem ser feitos e aproveitados de diversas formas, colocando títulos, subtítulos ou pormenores de imagens a cores, tanto através de sobreimpressões, como forma de gerar outras cores, ou mesmo impressão directa, influenciando também, na cor final obtida, o papel em que é impressa a publicação. Como forma de facilitar o processo de distribuição de cor, ao longo de toda a publicação, é utilizado o esquema de imposição¹²⁶.

Existem ainda, casos em que a publicação é toda impressa num só tom, ou seja, em impressão monocromática, sendo aplicada uma cor em diferentes opacidades. Esta técnica, pode oferecer um aspecto estético bastante interessante, mas também corre o risco de criar uma certa monotonia.

Nos periódicos desta análise, observamos a utilização de pormenores de cor em algumas páginas (Fig. 17), especialmente em *spreads* de assuntos específicos, verificando-se a utilização da mesma cor em cada tipo de artigo ao longo dos vários números dos periódicos, havendo assim, uma certa coerência na sua utilização. Algumas destas revistas, apresentam apenas cor nas suas capas, como forma de captar a atenção das possíveis leitoras e, o seu interior, é impresso numa só cor, geralmente a preto. Verificamos ainda, em alguns periódicos, nomeadamente no *Boletim Mensal da Mocidade Portuguesa* e na *Menina e Moça*, que cada número é impresso numa só tonalidade, como o sépia, o azul, o verde, etc. Estas opções eram tomadas, provavelmente, tendo em conta o custo final da revista, acabando por ser mais económico a impressão em apenas uma cor, por exigir apenas uma chapa de impressão por cada plano de páginas (rotogravura), ou seja, quanto menor o número de cores, menor o custo de impressão do periódico. A utilização de mais de uma cor nestes periódicos, concentra-se geralmente nas capas, de números específicos e de datas

126 Técnica de repartição das páginas de um texto e imagens nas folhas a serem impressas, de forma a que, ao serem dobradas, as páginas se encontrem seguidas na sua ordem normal de leitura.

especiais religiosas ou patrióticas, como o Natal, Páscoa, entre outras.

3.2.6. Tipos de Letra

Quando nos referimos à tipografia utilizada no design de periódicos, estamos a referir-nos ao esqueleto da sua paginação, sendo o elemento mais importante para a aparência de um periódico, um bom e adequado tipo de letra. Assim, o estilo tipográfico de uma revista tem, na maior parte das vezes, um maior valor identificativo do carácter visual de um periódico do que as suas capas, ilustrações e imagens.

A escolha da fonte certa para um projecto implica sensibilidade tipográfica. Pois, “O conhecimento da qualidade estética de uma dada fonte é da maior importância para dar um impacto estético, funcional e psicológico a um documento impresso”¹²⁷. Assim, a fonte tipográfica deve ser escolhida de acordo com o público, o suporte e o objecto gráfico. Ou seja, o tipo de letra escolhido deve adequar-se, o mais possível, ao projecto gráfico final.

Uma paginação deve conter uma fonte para o texto de base, que corresponde ao texto corrido, e uma fonte de destaque para as palavras ou partes do texto que se pretendem realçar, através da utilização de tamanhos e pesos diferentes. Desta forma, a leitura é facilitada por contrastes bem diferenciados. Ainda relativamente à composição entre tipos de letra numa paginação, nunca devem ser misturadas fontes de índole semelhante (por exemplo: fontes serifadas com outras também serifadas), pois poderá criar incoerência e desequilíbrio visual, tendo como grave consequência, a perda de hierarquia do texto.

Logo, o conteúdo do texto impresso deve apresentar uma disposição lógica, com uma ordem hierárquica precisa transmitida através da exploração de diferentes pesos e tamanhos de tipos. Estes contrastes constituem uma característica importante na composição do *layout*, sendo preferível optar por grandes diferenças de tamanhos entre os tipos de letra, de modo a poder destacar, de uma forma mais clara, certo tipo de informação.

Tschichold defendia que a forma é fruto do conteúdo, pois só assim será possível alcançar a expressão do espírito moderno em termos gráficos. O designer deve, portanto, ter em atenção o conteúdo do texto de forma a alcançar a mais correcta e adequada composição, através dos tamanhos e pesos dos tipos, e também, do espaçamento de linhas, posicionamento na página, uso de cor, fotografia, etc. Devido ao percurso de leitura que se efectua da esquerda para a direita, direccionada pela hierarquia do texto, Tschichold acreditava que a assimetria era a expressão rítmica do design funcional. Desta forma, por oposição à “velha tipografia” e ao seu “modelo clássico”, a Nova Tipografia e os seus jogos de assimetrias compositivas não só se revelavam muito mais flexíveis na construção de um *layout*, como constituíam um sinal de modernidade.

A correcta disposição dos elementos gráficos, em função do objecto que se pretende

127 Josef Müller-Brockmann, *Sistema de Grelhas: Um manual para designers gráficos*, [(1981) 2012], p. 19.

criar (livro, revista, etc.) é uma etapa fundamental para alcançar um resultado legível, coerente e funcional. Tschichold, apesar de reconhecer que a maioria das publicações periódicas (revistas, magazines e jornais) se lêem como um livro, defende uma progressiva libertação desse modelo convencional, através da adopção, sempre que possível, de uma disposição assimétrica e contrastada dos elementos. O abandono do modelo do livro e da sua ditadura da justificação central, dava à publicação um maior cunho de modernidade e permitia, simultaneamente, uma leitura rápida e fluída dos artigos, mais adaptada às exigências da época. Nas publicações, cada redução de legibilidade, corresponderá a uma perda na qualidade da comunicação da informação.

Assim, os corpos dos textos, devem ser compostos numa área adequada, contendo entre sete a dez palavras por linha. Se esta for demasiado grande ou excessivamente pequena irá, conseqüentemente, transformar a leitura num processo confuso e cansativo. Também devemos ter em conta, o tamanho e kerning da letra, bem como a entrelinha da mancha de texto de forma a criar uma leitura fluida e agradável pois, “(...) os parâmetros corpo, entrelinha e largura de coluna, convenientes para melhorar a legibilidade, terão uma influência positiva no impresso”¹²⁸.

Além das técnicas que implicam a utilização de tipos de letra maiores, ou a *bold*, nos cabeçalhos e textos introdutórios, como forma de facilitar a leitura da publicação, também a letra inicial do artigo é, por vezes, colocada com um tamanho maior que o resto do artigo, como forma a indicar o seu início e assim, criar ao olhar do leitor, uma navegação mais intuitiva. Todas estas técnicas ajudam, também, a perceber em que parte da revista se encontra o leitor.

Nas publicações analisadas neste projecto, podemos verificar a utilização de algumas fontes modernas, não serifadas que marcavam a estética da época. Contudo, ao longo das suas páginas, encontramos ainda, variados tipos de letra, com serifa e sem serifa, conjugados com alguns de estilo gótico, ornamentados, e muitas vezes, desenhados à mão, (Fig. 18) verificando-se, portanto, alguma influência pós-modernista, principalmente no que toca aos títulos e subtítulos de cada artigo. Quanto ao texto corrido, ou seja, texto de base da revista, estes variavam entre letra serifada, que aparenta ser a fonte *Garamond*, e letra não serifada, nestes casos semelhante à fonte *Futura*.

Para Tschichold as fontes eram uma expressão do seu tempo. Este acreditava, portanto, que todas as publicações deveriam ser uma manifestação da época em que são impressas e não imitar tempos anteriores. Assim, o tipo de letra não serifada era considerada como a que melhor ilustrava espiritualmente os tempos modernos, sendo sempre a melhor escolha, por terem formas geométricas que transmitiam claridade, objectividade e por se concentrarem no essencial, devendo, desta forma, evitar-se o uso de fontes góticas e humanistas. As fontes serifadas possuem um carácter mais romântico, tendo um efeito mais emocional e intelectual no leitor, bastante utilizada nos tempos antigos. Contudo, os tipos

128 Josef Müller-Brockmann, *Sistema de Grelhas: Um manual para designers gráficos*, [(1981) 2012], p. 19.

de letra mais antigos podem ainda encontrar uma nova função, como por exemplo, para renascer ou fazer referência a outras épocas.

Todavia, as fontes não serifadas continuaram a ser pouco utilizadas, por existirem poucas disponíveis para impressão. Desta maneira, não existindo outra, a melhor opção seria usar um tipo *roman*, podendo nessas situações, uma fonte não serifada, ser usada em conjunto para conferir destaque.

Relativamente às fontes desenhadas à mão, estas também deveriam ser evitadas, por não serem as mais apropriadas ao *layout* de um periódico e por implicar uma produção mais dispendiosa. No entanto, isto não parecia ser um entrave à maioria das publicações referidas neste estudo, pois continuavam a fazer uso desta técnica, possuindo um leque interminável de fontes dos mais variados tipos, não existindo, aparentemente, uma preocupação com a unidade gráfica, a não ser que esta unidade fosse baseada em variedade.

3.2.7. Ilustração

A ilustração, no design editorial, tem uma popularidade oscilante, contudo sempre foi e continua a ser bastante utilizada no âmbito do design. Geralmente, as revistas de moda, são as publicações em que mais se verifica a utilização da ilustração, por conterem artigos que nela apostam como uma extensão visual dos seus conteúdos.

Ao contrário da maioria das fotografias, a ilustração, por derivar de técnicas de desenho, revela-se um meio extremamente versátil de representação, o que a torna um excelente complemento visual e estético de uma publicação. A ilustração não só pode clarificar a leitura de um dado conteúdo, como assumir um carácter mais expressivo e subjectivo que apela à imaginação do leitor.

Assim, as composições de ilustrações acabam por conseguir formar uma narrativa visual como se de um artigo escrito se tratasse, ou seja, contando uma história através de imagens. Nas situações de composição de imagens com tipografia, as ilustrações, por serem mais maleáveis e adaptáveis ao *layout* do que uma fotografia, facilitam bastante o processo de paginação.

Os periódicos analisados neste projecto, provavelmente devido às temáticas neles presentes, tais como a moda, a costura e a decoração, encontram-se predominantemente complementados, com ilustrações, na sua maioria, de mulheres, crianças, figurinos e peças de roupa. E ainda, de motivos para colocar em bordados, moldes de roupa e imagens de decoração, com diversas divisões da casa e peças de mobiliário, bem como ilustrações de histórias, entre outras. Estas apresentam uma índole bastante feminina e delicada, com uma certa influência das ilustrações da *Belle-Époque*.

As publicações compostas por ilustrações fizeram a sua primeira aparição em França: “O aparecimento em Paris de publicações ilustradas, como o *Magasin Pittoresque* (1833), logo reproduzido na Bélgica, encorajou a criação no nosso país de publicações idênticas, fundando-se então “O Panorama”, revista profusamente ilustrada de elevado

nível, (...)”¹²⁹. A partir deste momento, a utilização de ilustrações para compôr publicações periódicas sofre um grande crescimento, tornando-se algo bastante frequente. Estas ilustrações articuladas com texto, encontram-se ao longo das páginas, na sua maioria, a ilustrar o artigo em questão, tendo desta forma, uma função conjunta com o texto. Os periódicos femininos aderem a esta forma de comunicação, mantendo um leque constante de ilustradores, aos quais recorriam frequentemente. É o caso de Guida Ottolini¹³⁰, responsável pela ilustração de breves histórias com figuras geralmente femininas normalmente a tinta da china, de Fernando Carlos, ilustrador de objectos, móveis e decoração, a lápis ou caneta, e de Laura Costa, cujas ilustrações também consistiam, maioritariamente, em figuras femininas e modelos de vestuário, entre outros, geralmente a lápis e tinta.

Todas estas ilustrações apresentam uma imagem idealizada da mulher, que sempre feliz, esbelta e bem arranjada, executa as mais diversas tarefas domésticas (Fig. 19). Este tipo de imagem, por se tratar de uma ilustração, torna-se mais simples de alcançar, ao mesmo tempo que é mais manipulável que uma fotografia, constituindo assim, uma técnica gráfica que facilitava bastante a transmissão da ideologia criada para a mulher do Estado Novo.

3.2.8. Fotografia

A inserção da fotografia como recurso de comunicação no design gráfico foi evoluindo de forma gradual ao longo do século XIX e XX. Em Portugal, esta técnica faz a sua entrada definitiva nos periódicos apenas a partir de 1910, quando se superou a falta de qualidade do papel e outras dificuldades técnicas existentes. A linguagem e a técnica da fotografia vieram então, consolidar a sociedade da imagem e a sua enorme abundância imagética. Como referia Jan Tschichold: “It would be absolutely impossible today to satisfy the enormous demand for printed illustrations with drawings or paintings”¹³¹. Desta forma, este importante e expressivo meio de comunicação torna-se num componente de *layout* bastante utilizado no design editorial, carregando em si, as técnicas, os conceitos, os ideais e as formas de transmitir esta informação visual, inerentes a cada época.

A fotografia é, então, um elemento fortemente utilizado na composição de publicações periódicas; quando é utilizada de forma equilibrada dentro da publicação, pode enriquecer o seu *layout*. O leitor, cruza o olhar entre a imagem e o texto, que geralmente trabalham em conjunto, por isso, a fotografia, não deve encontrar-se muito afastada do texto que ilustra, pois irá consequentemente, criar uma desconfortável experiência de leitura.

Desta forma, a aplicação da fotografia como linguagem no design gráfico deve ser apro-

129 José Tengarinha, *História da Imprensa Periódica Portuguesa*, 1989, p. 198.

130 Margarida Roque Gameiro Ottolini Coimbra (1915-1992), ilustradora portuguesa, filha de Raquel Gameiro. Começou cedo a colaborar com a mãe na ilustração de livros e revistas, tendo ilustrado, ao longo da sua vida, inúmeros livros para crianças. Em 1940 ilustrou, pela primeira vez, o Boletim Mensal da Mocidade Portuguesa Feminina, colaboração que mantém de forma regular.

131 Jan Tschichold, *The New Typography: a handbook for modern designers*, [(1928) 1998], p. 87.

priada ao tipo de comunicação e projecto executado. Ao tratar-se de um folheto ou de um jornal, a imagem terá uma índole mais informativa, e no caso de um cartaz ou de uma capa de livro, a imagem poderá ter um valor mais conceptual. A fotografia deve então, ser escolhida de forma a que, juntamente com a tipografia, a cor, o formato e outros recursos gráficos, transmita a mensagem pretendida, de modo a promover a eficiência e objectividade da construção da informação, possibilitando também, um maior impacto visual. O designer, ao fazer uma composição de texto e imagem, deve, então, escolher o tipo de letra mais apropriado para esta articulação. Tschichold considerava o tipo *san-serif* como o mais apropriado para usar nestas composições, por ser um tipo de letra mais objectivo e impessoal que dava maior destaque à fotografia.

Para Moholy-Nagy, a fotografia é, ao contrário da ilustração, uma imagem objectiva, ou seja, representa aquilo que é a realidade visível, conferindo uma maior veracidade à mensagem transmitida: “Photography is the visual presentation of what can be optically apprehended”¹³². A fotografia pode ser utilizada de forma a ilustrar uma ideia ou um acontecimento, ao lado de palavras ou mesmo como “fototexto”, ou seja, substituindo as próprias palavras de forma tão objectiva que não deixa margens para interpretações individuais e subjectivas. A fotografia, quando é utilizada como elemento de um *layout*, revela-se bastante eficaz na transmissão de informação por possibilitar um entendimento mais rápido e perceptível da mensagem visual, podendo adquirir tanta importância como o texto. A fotografia tornou-se então, numa mais valia na elaboração de publicações, convertendo-se num elemento bastante utilizado pela sua suposta objectividade na captação e transmissão de uma dada realidade:

“Its greatest purely practical advantage is that by a simple mechanical method - certainly easier than any manual method - a true reproduction of an object can be obtained. The photograph has become such a remarkable characteristic of our age that it is now impossible to imagine its nonexistence”¹³³.

O uso da imagem fotográfica foi, também, fortemente implementado pela *Bauhaus*, que defendia a união da arte com a tecnologia e apelava a objetivos funcionalistas através da adopção de conceitos como a simplicidade, a pureza e a objectividade. Contudo, é igualmente na *Bauhaus* que se exploram outras técnicas fotográficas, como a fotomontagem que dá azo à criação de imagens versáteis, compostas por fragmentos de diversas proveniências e que possibilitam a transmissão de conceitos mais subjectivos. Quando a técnica da fotomontagem é utilizada, a fotografia alcança efeitos que nunca seriam possíveis através de ilustrações ou de pinturas, aproximando-se, assim, de uma forma de expressão artística: “In photomontage with the help of given or selected photographs, a new pictorial unity is created, which, being deliberate and no longer accidental design, has an axiomatic claim to the title of art”¹³⁴.

No início do século XX, o fotojornalismo surge como uma área inovadora, eficaz, mas

132 László Moholy-Nagy, *Painting, Photography, Film*, [(1925) 1969], p. 39.

133 Jan Tschichold, *The New Typography: a handbook for modern designers*, [(1928) 1998], p. 87.

134 *Ibidem*.

pouco valorizada da fotografia em Portugal, no entanto, este tipo de imagem fotográfica, quando introduzida num artigo, sobrepõe-se, pelo seu poder comunicativo, ao peso do texto: “The impersonal clarity and precision of photographic reporting often communicates far better and faster than an article dealing with the same subject. In many papers photographs are already more important: text has taken a step back”¹³⁵. Esta, vem agregar ao seu discurso, as manifestações das culturas de massas, que constituíam um aspecto bastante importante para a expansão do Modernismo. A presença da fotografia em publicações periódicas ditas “ilustradas” levou a uma actualização dos conceitos e processos visuais nacionais dentro das linhas de desenvolvimento internacional.

Foi por iniciativa dos periódicos diários que apareceram os semanários ilustrados como a *Ilustração Portuguesa*, cuja excelência noticiosa era construída através da imagem e, também, o periódico *O Notícias Ilustrado* (1928–1935), publicado pelo *Diário de Notícias*, constitui uma renovação da imprensa portuguesa que, com a novidade e qualidade da técnica da rotogravura, irá criar uma inovação revolucionária nos meios de comunicação ilustrados. Os fotógrafos desta revista serão também, os responsáveis pela imagética da propaganda oficial do regime do Estado Novo.

Assim, no período em questão, a necessidade de imediatismo e de comprovar cada notícia no momento impulsionou o desenvolvimento de uma nova forma de comunicação e linguagem (o fotojornalismo) que se revela fundamental para o entendimento da sociedade portuguesa e das suas formas de comunicação, que por outro método e técnica não seria possível de alcançar: “Without photography we would never know very much of what is happening in the world today. Such an extraordinary consumption could never be satisfied except by mechanical means”¹³⁶.

Jan Tschichold, em *The New Typography*, refere o crescimento do aparecimento de periódicos ilustrados, como prova da necessidade de informação em forma visual por parte do homem moderno:

“In recent years the number of illustrated papers has increased enormously. This impresses on us the need of modern man for pictures, because lack of time makes reading the daily papers more troublesome. Besides satisfying genuine curiosity, illustrated papers often give real pleasure from their technically and visually excellent reporters’ photographs”¹³⁷.

Na época estudada, verificamos portanto, uma crescente utilização de imagens fotográficas em quase todas as publicações periódicas. As revistas de foro feminino não foram excepção. Assim, a maioria das publicações femininas analisadas, contém fotografias que ilustram cada artigo e cada notícia, impressas a preto e branco, sendo dispostas ao lado do texto correspondente, de forma a permitir uma rápida e fácil leitura entre texto e imagem. Em algumas situações, as fotografias aparentam ser recortadas e conjugadas

135 Jan Tschichold, *The New Typography: a handbook for modern designers*, [(1928) 1998], p. 219.

136 *Ibidem*, p. 87.

137 *Ibidem*, p. 215.

em sobreposições, verificando-se, então, a utilização da fotomontagem como forma de alcançar composições diferentes e mais variadas do que uma fotografia original rectangular. Por fotomontagem entende-se, portanto, a junção de diferentes fotografias numa imagem, ou o uso de uma fotografia em junção com outro elemento pictórico, facilitando a combinação entre fotografia e ilustração, e assim, a manipulação da sua mensagem final. As imagens fotográficas são, nestas publicações, maioritariamente colocadas, ou em molduras simples, ou seja, linhas rectas em forma rectangular, ou ornamentadas, com flores, pequenas ilustrações, folhas, etc. Estes elementos, segundo Jan Tschichold, deveriam ser evitados na disposição de fotografias, sendo a sua forma suficiente para as separar na página ou *spread*.

Outra situação na qual é bastante utilizada a fotografia, são os *spreads* dedicados à moda, onde se observam fotografias de mulheres usando diferentes indumentárias, muitas vezes conjugadas com ilustrações de modelos de roupa semelhantes aos usados nas imagens. Neste caso, é muito raro o uso de texto corrido, verificando-se apenas a presença de alguns títulos e legendas. As composições das páginas destas revistas, tornavam-se por vezes, um pouco sobrecarregadas, por serem colocadas fotografias em todas as páginas, aproveitando o espaço de cada *spread* ao seu máximo.

Podemos observar, a ilustrar o interior destes periódicos femininos, a utilização de muita fotografia, sendo estas no geral, imagens de mulheres e crianças. Todas estas fotografias apresentam uma imagem idealizada da Mulher (Fig. 20), sempre de sorriso na cara, a cozinhar, a limpar a casa, a cuidar dos filhos e do marido, etc. Nos poucos casos em que se encontram imagens de homens, estas são, na sua maioria, fotografias de personalidades pertencentes ao Estado, como o chefe de Estado Oliveira Salazar, o ministro Carneiro Pacheco, entre outros. Assim, na maior parte destas revistas, são também, utilizadas fotografias nas suas capas, podendo observar-se fotografias de mulheres, geralmente famosas, portuguesas ou estrangeiras, e no caso das revistas pertencentes à MPF, filiadas da organização.

Na análise das dez publicações, podemos encontrar algumas assinaturas nas fotografias utilizadas, muitas delas de fotógrafos que trabalhavam para o Estado, como San Payo, Mário Novais, Vinagre, Mário Lemos, etc., sobretudo nas revistas pertencentes às organizações femininas estatais.

3.2.9. Publicidade

A venda de espaço publicitário nos periódicos é a base de rendimento, sobre a qual a maioria destes sobrevive financeiramente, pois na realidade, os preços da revista raramente cobrem os preços da sua produção. Desta forma, a publicidade é um elemento essencial para a vida de uma publicação.

O aparecimento da publicidade nas publicações periódicas remonta à mesma altura em

que surge a imprensa periódica:

“Desde os inícios da história da imprensa periódica que víamos esta recorrer aos anúncios. As folhas inglesas haviam sido as primeiras, sem dúvida, a inserir anúncios pagos de comerciantes. Mas por toda a parte (incluindo Portugal) os impressores, que foram os primeiros editores da imprensa periódica, nela anunciavam os novos livros saídos da sua oficina”¹³⁸.

Assim, com o evoluir da indústria e do comércio, existe uma maior necessidade de recorrer à publicidade de forma a garantir as vendas e o conhecimento dos produtos anunciados. Desta forma, “O aumento da publicidade na Imprensa está, (...) directamente relacionado com a intensificação das actividades comercial e industrial no século XIX e, de uma maneira geral, com o maior dinamismo da vida moderna”¹³⁹.

A publicidade tornou-se portanto, numa necessidade da vida moderna, sendo mesmo considerada como manifestação da arte moderna; isto, por ser uma área onde o designer possuía maior liberdade de composição, pois não estava presa às regras de *layout* de um livro, tendo como primeiro propósito chamar a atenção do leitor, de maneira a chegar a este no meio de tantos outros anúncios. Segundo Alfred Tolmer, um anúncio apenas chamaria a atenção do leitor se tivesse um aspecto visual novo e diferente, devendo existir o elemento surpresa para que este fosse mais apelativo, ou seja, os métodos e técnicas de *layout* na publicidade deveriam estar em constante mudança. Assim, elaboravam-se anúncios opulentos e chamativos, com diversos ornamentos e cores, de grandes tamanhos que ocupavam páginas inteiras, e pequenos, compostos com outros anúncios em *spreads* dedicados exclusivamente à publicidade.

Já Jan Tschichold, acreditava, tal como podemos verificar no seu livro *The New Typography*, que a composição de anúncios de publicidade deveria ser clara e directa, podendo fazer-se uso de técnicas como a fotografia, ou apenas a tipografia, aproveitando-se os contrastes que se podiam alcançar através desta e dos seus diferentes tamanhos e pesos, como forma de apelar mais ao leitor. Havia portanto, na publicidade, uma maior liberdade para produzir composições mais eficazes. Contudo, este continua a defender que as técnicas de *layout* antigas deveriam ser abolidas da produção destas composições, como é exemplo a composição centrada, considerada como uma má opção que resultava na perda de eficácia da publicidade.

Quando compostos em páginas ou *spreads* dedicados à publicidade e constituídos por vários anúncios, apesar de não ser a opção mais estética, o uso de linhas para os separar é, por vezes, a solução mais prática, contudo não deve ser usada quando já os próprios anúncios contêm molduras, podendo criar confusão na composição final. Assim, todos os ornamentos extra, devem ser excluídos destas composições. Os tipos de letra, devem ser do mesmo tamanho e da mesma tipologia (serifadas/não serifadas), fazendo-se uso de

138 José Tengarrinha, *História da Imprensa Periódica Portuguesa*, 1989, p. 223.

139 *Ibidem*, p. 224.

diferentes pesos e tamanhos, de maneira a existir harmonia no total da composição.

Nestas situações, ao contrário de Alfred Tschichold, Tschichold não via as páginas de publicidade como um “campo de batalha” no qual os anúncios competiam entre si, mas como uma composição coerente e harmoniosa onde os anúncios se complementam entre si e são lidos como um livro: “(...) small advertisements do not compete with each other but are read like a book”¹⁴⁰.

Os anúncios publicitários são então, geralmente colocados na parte interna das capas, sobrecapas, ou ainda, ao longo da revista. Preferencialmente, anúncios que não contrastem demasiado com o aspecto e conteúdo das revistas em si. Ao ser colocada na mesma página que um artigo, a área de publicidade deve ser separada através de linhas, de preferência a *bold*, como forma a melhor distinguir cada área.

Nas revistas estudadas e analisadas verificamos, na sua maioria, uma grande predominância de publicidade ao longo das suas páginas (Fig. 21), sendo esta maioritariamente dedicada a produtos dirigidos às mulheres, tais como produtos de beleza, costura, vestuário feminino, acessórios, entre outros. Contudo, existem, nesta lista de periódicos dos anos 40 e 50, duas revistas que não apresentam a existência de anúncios publicitários, por serem propriedade do estado e estarem, desde o início, financiadas por este. São estas, o *Boletim Mensal da Mocidade Portuguesa Feminina* e a *Menina e Moça*. Não querendo, este facto, significar que elas próprias não constituíam em si, um elemento de publicidade, pois estas acabavam por ser, na sua totalidade, um anúncio de publicidade propagandística da doutrina e ideologia do Estado Novo.

3.2.10. Infografia

Por infografia, entende-se explicação gráfico-textual. Este conceito, está presente sempre que a comunicação é estabelecida através de texto e imagem, sendo esta a apresentação de informação através do conjunto destes elementos. Assim, a infografia permite a comunicação de um conjunto de informação mais complexa, de uma forma mais simples de interpretar e mais interessante de ler. Para isto, é necessário ter em atenção a escolha do tipo de letra e da imagem, e ainda, compreender o assunto em questão, de maneira a projectar a infografia da forma mais adequada.

Nas revistas em análise, podemos encontrar a existência da utilização de infografias sob a forma de Horóscopos, testes, gráficos, tabelas, onde se verifica a utilização de imagens ilustrativas do tema, com texto e elementos gráficos que procuram simplificar a sua interpretação (Fig. 22). Contudo, continua a ser um elemento pouco utilizado na composição da maioria dos periódicos analisados.

3.2.11. Técnicas de Produção

140 Jan Tschichold, *The New Typography: a handbook for modern designers*, [(1928) 1998], p. 200.

Ao longo do século XX as possibilidades das técnicas gráficas foram crescendo e evoluindo, resultando num simplificar do processo de produção de publicações. Assim, existiam os processos clássicos de impressão, acabando por serem também os mais conhecidos, tais como a tipografia, rotogravura, flexografia, litografia, entre outras. Sendo, a característica que mais distingue cada processo de impressão, a forma como a imagem é transportada e como se separa a zona a imprimir da zona a não imprimir.

O processo de impressão tipográfico, baseia-se na transferência para o papel, da tinta colocada na área elevada da forma dos caracteres ou imagens, estando a área a imprimir em relevo. Inicialmente, essas formas eram feitas de madeira, tendo, mais tarde, evoluído para formas de zinco. Este, é o método de impressão mais antigo e, ao mesmo tempo, o que menos evoluiu. Esta técnica de impressão, acabava por se tornar num processo bastante complicado e demorado, exigindo também, que fosse feito por pessoal especializado, sendo o tipógrafo, o responsável pela composição gráfica, que não continha, nem possibilitava, muitas variações de *layout* de página para página.

A cultura visual desta época, é então marcada pelas técnicas de impressão tipográfica, que possibilitavam o uso de diversas cores e ainda, a composição de texto com imagem. Contudo, o método convencional mais apropriado para grandes tiragens, era a técnica de impressão da rotogravura. Este, imprimia uma cor de cada vez, ou seja, cada chapa de impressão tinha uma cor específica, imprimindo-se cada folha tantas vezes quanto as cores que tinha, e, era também, o processo que melhor conseguia alcançar a simulação de uma imagem contínua. Esta técnica, “(...) além da possibilidade de explorar graficamente a montagem fotográfica, deu uma grande expansão à rotogravura na área das revistas e outras publicações periódicas, sobretudo entre as décadas de 30 a 70 do século XX, (...)”¹⁴¹.

A rotogravura, ao contrário do método da tipografia, imprime em baixo relevo, ou seja, a área de impressão corresponde à área mais baixa da chapa, sendo “a zona de imagem (...) gravada abaixo da zona em que não há imagem, através de pequenas células”¹⁴². Assim, o cilindro onde está colocada a chapa, que era de cobre por ter que ser bastante resistente de maneira a aguentar longas tiragens, roda no tinteiro e a tinta infiltra-se na área de impressão, ou seja, nas células gravadas. Desta forma, a tinta em excesso é retirada por uma espátula de aço, e a tinta retida no cilindro imprime a imagem quando o cilindro é pressionado sobre o suporte a imprimir. As células gravadas nos cilindros são reguladas por uma rede, obtendo-se vários tons em continuidade e de intensidade variável, o que resulta numa impressão de elevada qualidade: “Seja qual for o processo de impressão, quando se trata de reproduzir uma fotografia é necessário criar uma trama consistindo numa estrutura de pontos que, juntos, criam os diferentes tons e a ilusão de

141 Margarida Frago, *Design Gráfico em Portugal: Formas e Expressões da Cultura Visual do Século XX*, 2012, p. 295.

142 Conceição Barbosa, *Manual Prático de Produção Gráfica*, 2004, p. 66.

estarmos perante uma fotografia”¹⁴³. Esta qualidade, era uma das características do processo de impressão da rotogravura que já era reconhecida no início do século XX, quando comparada com outros meios de impressão, tal como podemos verificar pelas palavras de Tschichold, em 1928: “We can certainly expect an ever-increasing use of rotary gravure. It is undoubtedly the most suitable process for illustrated papers. Offset-litho, because of the lack of depth in its printed images, cannot compare with it; (...)”¹⁴⁴.

Este processo implicava a secagem entre aplicações de tinta, contudo a tinta utilizada neste processo é bastante fluida por ser à base de solvente, o que faz com que seque de forma bastante rápida. É assim, ideal para imprimir a grande velocidade, quantidade e qualidade. Tendo como principais aplicações revistas, embalagens, catálogos, etc. Este também constituía a mais valia de apelar mais aos leitores e compradores: “The rich depth and general effect of gravure are enticing to costumers”¹⁴⁵.

Podemos ainda, na época em questão, identificar outro processo de impressão bastante utilizado, conhecido por flexografia, que tem algumas semelhanças com a rotogravura, contudo este apresenta uma menor qualidade na reprodução de cor e fotografias, acabando por ser um método mais económico, o que, conforme o que se pretende, pode por vezes, ser considerado como uma mais valia.

Este método de impressão é de processo convencional tipográfico, ou seja, imprime a área em relevo e utiliza chapas de fotopolímero, chamados de clichés. A chapa de fotopolímero é exposta à luz ultravioleta através de um fotolito negativo e as zonas expostas à luz endurecem, a área restante é extraída num banho de dissolventes especiais, ficando apenas a área a imprimir em alto relevo.

Os periódicos analisados aparentam ser impressos, na sua maioria, através da técnica da rotogravura, provavelmente por ser a melhor combinação entre custo e qualidade, havendo a procura de poupança noutros aspectos, tais como, a utilização de poucas cores (monocromia, bicromia e, apenas em casos específicos, como nas capas ou em números especiais, tricromia), e o aproveitamento do espaço da página ao máximo.

143 Conceição Barbosa, *Manual Prático de Produção Gráfica*, 2004, p. 76.

144 Jan Tschichold, *The New Typography: a handbook for modern designers*, [(1928) 1998], p. 216.

145 *Ibidem*, p. 207.

Cap. IV - JUSTIFICAÇÃO DO OBJECTO EDITORIAL FINAL

4.1. Fragmentos de Memória - O Arquivo

Como objecto conclusivo e final desta investigação, surge, então, um livro cuja origem se prende com o conceito de Arquivo, ou seja, funciona como livro-arquivo, por se tratar de um objecto constituído por fragmentos e vestígios das dez publicações em causa, recolhidos de um arquivo já existente, na Biblioteca Nacional de Portugal e na Hemeroteca Municipal de Lisboa. Assim, foram seleccionados diversos elementos, tais como, imagens, textos, páginas e *spreads* de cada revista analisada.

O conceito de arquivo surge essencialmente no Modernismo, uma época obstinada pela constante ameaça de efemeridade. O arquivo passa então a ser encarado como um “meio através do qual o conhecimento histórico e as formas de memória são acumulados, guardados e recuperados”¹⁴⁶. Este prende-se com a preservação da memória e o desejo de o construir advém do receio de perda de determinadas memórias no futuro. Contudo, ao contrário da memória, este contém um suporte ou uma morada e nunca será uma representação exacta da memória em si. Para Jacques Derrida “(...) the archive takes place at the place of originary and structural breakdown of the said memory”¹⁴⁷.

O conceito de arquivo nasceu então, da necessidade de atribuir uma morada ou um lugar à memória, que passa a estar depositada num espaço ou num suporte estável e à disposição, segundo Derrida, de uma autoridade hermenêutica legítima com poder arcôn-tico, ou seja, com funções de unificação, identificação, classificação e de consignação:

“Por consignação não entendemos apenas, no sentido corrente desta palavra, o fato de designar uma residência ou confiar, pondo em reserva, em um lugar e sobre um suporte, mas o ato de consignar reunindo os signos.(...) A consignação tende a coordenar um único corpus em um sistema ou uma sincronia na qual todos os elementos articulam a unidade de uma configuração ideal”¹⁴⁸.

Desta forma, na construção de um arquivo, existe sempre uma metodologia específica de reunião e organização dos elementos pelos quais é composto, que possibilitam, assim, a memória: “There is no archive without a place of consignation, without a technique of repetition, and without a certain exteriority. No archive without outside”¹⁴⁹. Os “vestígios” que são guardados com o intuito de criar um arquivo devem, então, ser escolhidos através de um critério de valorização, como forma de evitar a sua desvalorização: “(...) they are grouped together in distinct figures, composed together in accordance with multiple relations, maintained or blurred in accordance with specific regularities; (...)”¹⁵⁰.

146 Constança Saraiva, *Arte e Comunidades: Um Arquivo Poético sobre o Envelhecimento*, 2013, p. 85.

147 Jacques Derrida, Archive fever, In *The Archive*, [(1995) 2006], p. 78.

148 Jacques Derrida, *Mal de Arquivo - Uma Impressão Freudiana*, 2001, p. 14.

149 Jacques Derrida, Archive fever, In *The Archive*, [(1995) 2006], p. 78.

150 Michel Foucault, The historical *a priori* and the archive, In *The Archive*, [(1969) 2006], p. 28-29.

O arquivo é, portanto, documento e registo de eventos, e funciona como prova de uma narrativa da história e testemunho do passado, constituindo um escape à efemeridade que preserva fragmentos de um determinado evento para o futuro, através dos quais se escreve a história.

Charles Merewether, em *The Archive*, afirma que o arquivo pode criar a narrativa da história, embora não seja história em si mesmo:

“The archive is not one and the same as forms of remembrance, or as history. Manifesting itself in the form of traces, it contains the potential to fragment and destabilize either remembrance as recorded, or history as written, as sufficient means of providing the last word in the account of what has come to pass”¹⁵¹.

É a acção de interpretação que define o arquivo, não sendo amoral a sua reunião ou organização, podendo implicar outra perspectiva do passado. São portanto, as pessoas que dão sentido ao arquivo, cuja interpretação pode ser alterada com o tempo.

Michel Foucault compara o arquivo com o acto de aprender sobre o passado através de objectos ou vestígios materiais. Foucault pretende, assim, recuperar e reconstruir o conceito de arquivo, de forma a perceber como se molda a nossa relação com o passado e a construção da história. Esta história acaba por ser definida no momento da criação do arquivo, onde se decide o que é dito e guardado, ou não, dependendo também das pessoas e da sociedade que o constrói. Contudo, Foucault considera o arquivo como um sistema complexo e impossível de entender na sua totalidade por serem apenas fragmentos de uma realidade do passado, possibilitando, desta forma, múltiplas afirmações e interpretações: “The archive is first the law of what can be said, the system that governs the appearance of statements as unique events”¹⁵². Na criação de um arquivo, deve existir um enunciado que responda às questões: o que é passível de arquivar? Qual a sua época e espaço no tempo? Qual a sua relação com o passado, presente e futuro? Será que estes vestígios são adequados à representação/documentação de um evento do passado?

O que transforma um objecto num documento são as regras que o definem e a forma como é registado, organizado e armazenado, ou seja, a sua indexicalidade: “A indexicalidade – a marca do singular, a impressão diferenciadora – não governa apenas a formação de um arquivo: determina, também, aquilo que é arquivável”¹⁵³.

O arquivo pode, portanto, ser histórico ou pessoal e público ou privado, surgindo da necessidade de pegar em vestígios da vida ou do passado como forma de os guardar ou preservar além da morte e do tempo: “A pulsão de arquivo luta para estancar a inelutabilidade da passagem do tempo, da destruição e da morte (...)”¹⁵⁴. Já Jacques Derrida havia usado a expressão “Mal de Arquivo” como representativa deste medo de perda e

151 Charles Merewether, *The Archive*, 2006, p. 10.

152 Michel Foucault, The historical *a priori* and the archive, In *The Archive*, [(1969) 2006], p. 28.

153 Ruth Rosengarten, *Entre memória e documento: a viragem arquivística na arte contemporânea*, 2012, p. 17.

154 *Ibidem*.

desta pulsão para arquivar: “(...) numa tentativa, não só de relembrar e de guardar, mas também de animar, de revivificar”¹⁵⁵, que “(...) embora contribuam para um corpus de conhecimento e saber, convertem-se também e em pouco tempo em espaços de devoção ao passado”¹⁵⁶.

José Augusto Mourão aprofunda melhor este conceito de memória e a sua ligação com o arquivo em *O Espaço do Arquivo: A Perversão da Memória*: “Às memórias internas acrescentam-se memórias externas de diversos tipos”¹⁵⁷. Estas memórias externas são os vestígios materiais do passado e da memória não tangível que sem as quais se perderiam com o tempo, ou seja, “A estabilização duma memória colectiva de longa duração é um milagre de que os arquivos testemunham”¹⁵⁸ e que contribui para o ressuscitar de uma experiência do passado num formato físico e espacial.

O arquivo não será uma reconstituição do passado, mas um re-escrever, uma transformação do que já foi escrito e os seus documentos são separados e seleccionados conforme o modelo de racionalidade do indivíduo que o constrói.

Para a constituição do sentido do arquivo a traçabilidade, ou melhor dizendo, o enunciado, é algo determinante e que providencia uma base para a aglomeração de vários elementos que constituem um todo: “(...) é a justaposição de imagens que nos permite adivinhar algo que a visão de cada uma delas isoladamente não conseguiria”¹⁵⁹. Contudo, como já referido, a sua interpretação e leitura é determinada pelo leitor em si, o ponto de focalização prende-se com a interactividade do leitor e com as ligações que este irá criar de acordo com a sua cultura, pensamento e ideais. O arquivo, é portanto, algo aberto a novas leituras.

Para Hal Foster o arquivo resulta de material encontrado e guardado com o objectivo de contra-memória criando narrativas visuais. Este refere a apropriação deste material por parte de artistas, afirmando que quando estes trabalham com arquivos procuram, inicialmente, tornar a informação histórica geralmente perdida ou deslocada em informação fisicamente presente. Assim, com base nos fragmentos de memória, trabalham de forma a beneficiar ao mesmo tempo o trabalho final pretendido: “In the first instance archival artists seek to make historical information, often lost or displaced, physically present. To this end they elaborate on the found image, object and text, and favour the installation format as they do so”¹⁶⁰.

Através da apropriação do arquivo e da recolocação destes fragmentos de história num novo contexto e apresentação, estamos necessariamente a conduzir estes docu-

155 Ruth Rosengarten, *Entre memória e documento: a viragem arquivística na arte contemporânea*, 2012, p. 16.

156 *Ibidem*.

157 José Augusto Mourão, *O Espaço do Arquivo: A Perversão da Memória*, In *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 40, 2009, p. 83.

158 *Ibidem*, p. 83.

159 *Ibidem*, p. 93.

160 Hal Foster, *An archival impulse*, In *The Archive*, [(2004) 2006], p. 143.

mentos a diferentes perspectivas e interpretações: “These sources are familiar, drawn from the archives of mass culture, to ensure a legibility that can then be disturbed or *détourné*; but they can also be obscure, retrieved in a gesture of alternative knowledge or counter-memory”¹⁶¹.

Desta maneira, os artistas arquivistas propõem uma nova ordem e forma de arquivar: “Certainly the figure of the artist-as-archivist follows that of the artist-as-curator, and some archival artists continue to play on the category of the collection”¹⁶². Procuram portanto, encontrar um passado perdido e acrescentam diferentes sinais e elementos, juntando o que poderá guardar-se no presente e no futuro. Assim, criam-se novas narrativas, nas quais, o espectador ou leitor, é levado a ter novos pensamentos e emoções relacionados com o tema do arquivo.

Através do estudo e da identificação das principais características dos periódicos analisados neste projecto, recolheram-se imagens, páginas, spreads e textos/artigos de modo a recriar novas ligações entre os seus conteúdos e propor assim uma nova leitura. Ou seja, com a recolha/apropriação destes fragmentos/vestígios físicos de memória, que constituem uma representação daquilo que se viveu na época do Estado Novo a nível social, histórico e estético, procurou-se criar uma nova narrativa visual que funcione como um arquivo, num objecto editorial final de um contentor livro.

4.2. Designer como Autor, Editor e Produtor

Na perspectiva do design, na escolha e apropriação de dados e materiais já existentes e presentes num arquivo, implica uma adopção de um papel, por parte do designer, de editor, e a construção de um novo arquivo com estes dados, de produtor, conceito e noção sugerido por Ellen Lupton em 1997 no texto *The Designer as Producer*. Esta mesma noção é transmitida por Michael Rock em *Designer as Author*, mas comparando o trabalho do designer com o trabalho de um director de cinema: “In such large projects, the designer orchestrates masses of materials to shape meaning, working like a film director, overseeing a script, a series of performances, photographers, artists, and production crews”¹⁶³. O sentido e conteúdo do trabalho resulta, portanto, de toda a produção do projecto em si.

Rock faz referência a Irma Boom e ao livro *SHV Think Book* como um bom exemplo deste tipo de trabalho. Irma Boom trabalha em conjunto com um arquivista e através de uma grande quantidade de dados, cria uma narrativa visual: “(...) the narrative is not a product of words but almost exclusively of the sequence of pages and the cropping of images”¹⁶⁴. O conteúdo é criado não só através dos dados, mas também da forma como

161 Hal Foster, An archival impulse, In *The Archive*, [(2004) 2006], p. 144.

162 *Ibidem*, p. 144-145.

163 Michael Rock, Designer as Author, In *Multiple Signatures*, [(1996) 2013], p. 55.

164 *Ibidem*, p. 56.

os dados são editados no objecto final: “(...) any inner meaning must come through the aesthetic treatment as much as from the content”¹⁶⁵. Para Michael Rock, o designer, de forma a construir a noção de designer como autor, além de boas técnicas e estilo próprio, deve também providenciar sentido, mensagem e conteúdo através da forma visual: “(...) a message that transcends stylistic elegance”¹⁶⁶.

O designer não sendo o autor do texto será, no entanto, o autor da forma e do espírito do mesmo, providenciando expressão ao conteúdo de maneira a clarificar a sua mensagem, tornando-a inteligível ao público.

É, então, por meio da apropriação de conteúdo que os designers, através da forma visual, procuram adquirir alguma autoria e reconhecimento pela criação de conteúdo, surgindo assim, como motivação para que os designers queiram evoluir em todos os aspectos: “Authorship is only one device to compel designers to rethink process and expand their methods”¹⁶⁷.

Em 2005, Michael Rock escreve o texto *Fuck Content* onde transmite a importância do trabalho do designer como conteúdo em si. Por existir a ideia errada de que sem um conteúdo forte como base de um projecto, o design acaba por ser considerado apenas estilo e estética, estando assim, dependente do conteúdo: “In graphic circles, form-follows-function is reconfigured as form-follows-content. If content is the source of form, always preceding it and imbuing it with meaning, form without content (as if that is even possible) is some kind of empty shell”¹⁶⁸. Segundo Rock, esta noção deve ser refutada, pois, para este, o design constitui sempre conteúdo e mensagem, ou seja, o sentido do trabalho do designer não é a história em si, mas como se conta a história, portanto, a sua forma e não o seu conteúdo: “(...) to bring design out from under the thumb of content we must go one step further and observe that treatment is, in fact, a kind of text itself, as complex and referential as any traditional form of content”¹⁶⁹.

As estratégias com que se conta a história, portanto, como se transmite o conteúdo, contêm também uma mensagem. Esta dependerá do designer em si, constituindo então, um conteúdo próprio e pessoal, sendo, o designer, o seu autor, que por estar intimamente ligado ao projecto, é inevitável que o trabalho contenha a sua marca pessoal: “(...) we build a body of work, and from that body of work emerges a singular message”¹⁷⁰.

Como antes referido, Ellen Lupton propôs como alternativa ao “designer como autor” o “designer como produtor”, procurando equiparar o designer a um artista ou a um escritor como único ponto de origem da obra:

165 Michael Rock, Designer as Author, In *Multiple Signatures*, [(1996) 2013], p. 51.

166 *Ibidem*.

167 *Ibidem*, p. 56.

168 Michael Rock, Fuck Content, In *Multiple Signatures*, [(2005) 2013], p. 92.

169 *Ibidem*, p. 93.

170 *Ibidem*, p. 95.

“Production is a concept embedded in the history of modernism. Avant-garde artists and designers treated the techniques of manufacture not as neutral, transparent means to an end, but as devices equipped with cultural meaning and aesthetic character”¹⁷¹.

O designer, tal como o produtor, deve ter em conta onde, quem e como o produto final irá ser lido e, desta maneira, como este deve ser formado, como meio de obter o objecto final mais apropriado. É portanto, também ele, autor e produtor de conteúdo. Para isto, o designer deve adquirir todas as noções de técnicas de produção, de forma a melhor entendê-las e optar pelas opções mais adequadas e, assim, ligar-se mais à parte física do trabalho, possibilitando novos caminhos e novos meios de produção e comunicação.

Em 2010, Lupton aprofunda este assunto no texto *Reading and Writing*, analisando as diferenças entre o leitor e o escritor. Neste, faz referência a Roland Barthes e ao ensaio *A Morte do Autor* de 1968. Barthes defendia que a essência de um texto não se encontrava no autor, mas sim na sua leitura: “(...) o leitor é o espaço exacto em que se inscrevem, sem que nenhuma se perca, todas as citações de que uma escrita é feita; a unidade de um texto não está na sua origem, mas no seu destino, (...)”¹⁷². Consequentemente, a morte do autor é marcada, portanto, pelo nascimento do leitor, sendo a linguagem que transmite a mensagem e não o escritor do texto, ou seja, a forma como este é lido. Assim, para Barthes, estabelecer um autor ao texto é fechar a mensagem deste, devendo a leitura ser feita sem a noção da ligação com o seu autor: “Dar um Autor a um texto é impor a esse texto um mecanismo de segurança, é dotá-lo de um significado último, é fechar a escrita”¹⁷³.

Também Michel Foucault aborda esta temática no livro *O que é um autor?*, no qual procura entender a função de autor como criador de discursos. Este faz referência à transformação, ao longo dos tempos, da conexão entre o autor e o texto, e menciona que existem várias funções de autor que alteram a forma como os leitores lêem um texto. Estas funções alteram-se de acordo com a história, tempo e cultura do escritor. Foucault termina este estudo com a questão: “Que importa quem fala?”¹⁷⁴, sugerindo que não é o autor do texto que importa no acto de leitura, mas sim a forma como o texto é percebido.

De volta ao texto *Reading and Writing*, Ellen Lupton adapta estas noções à actualidade mencionando a forma como as novas tecnologias e o acesso a estas facilitaram uma maior apropriação do título de autor: “In the age of self-publishing and social media, the author function has splintered and multiplied. Society has changed, and so have the means of composing, consuming, and spreading the written word. ‘Author’ is now a role that anyone can play”¹⁷⁵. Anteriormente, os autores dividiam-se por autor do texto - autor; autor da forma - designer; e autor da produção - tipógrafo ou impressor. Todavia, com as novas

171 Ellen Lupton, The Designer as Producer, In *The Education of a Graphic Designer*, [(1997) 1998], p. 159.

172 Roland Barthes, A Morte do Autor, In *O Rumor da Língua*, [(1968) 1987], p. 53.

173 *Ibidem*, p. 52.

174 Michel Foucault, *O que é um autor?*, [(1969) 2006], p. 71.

175 Ellen Lupton, Reading and Writing, In *Graphic Design: Now in Production*, 2011, p. 60.

tecnologias digitais, esta divisão começa a deixar de ser tão evidente, permitindo que os autores se transformem também em produtores e publicadores: “Today, a wide range of digital technologies are enabling authors to become publishers”¹⁷⁶.

Assim, os designers começaram a aproveitar as vantagens que as novas tecnologias proporcionam como forma de criarem, da ideia ao objecto final, o seu próprio conteúdo: “Designers and writers are using digital publishing tools to grow their own content and grapple with the materiality of text. Web distribution and print-on-demand technologies offer accessible channels to short-run, low-risk publishing”¹⁷⁷.

Os designers têm, então, uma maior oportunidade de evoluir por estarem mais familiarizados com os sistemas e serviços de produção em conjunto com o processo criativo, do que com os trabalhos mais comuns de design, tais como paginações, etc.

As estratégias de layout que se iniciaram nos anos 80 demonstram, também, que o acto de ler havia mudado graças ao impacto da cultura visual e das novas tecnologias. Consequentemente, os leitores consomem textos mais concisos, menos densos e mais pequenos que se acompanham de justaposições de imagens e outros meios de multimédia, acabando por contrastar com o estático mundo literário de uma página de um livro normal.

É nesta época que os autores começam a adoptar estas novas estratégias como forma de controlar o conteúdo e o projecto na sua totalidade: “With the advent of desktop publishing, the tasks of authorship (writing and editing) could be joined with those of production (typesetting and layout), fully integrating them into one machine and, potentially, in the hands of one person: the designer”¹⁷⁸. O designer deixa, assim, de ser alguém que depende da comissão do cliente, começando a iniciar projectos pessoais e estando mais próximo do processo de produção do trabalho: “It’s not only the materiality of design but also the notion of craft and technique that reemerges in the discourse once the designer has rejoined the production process”¹⁷⁹.

A evolução das tecnologias, abre caminho a uma maior quantidade de potenciais autores que acabam por se tornar nos seus próprios editores, designers e produtores, tomando o controlo da parte do conceito, design, impressão, encadernação e distribuição do projecto.

É portanto, através de projectos auto-iniciados que os designers procuram transmitir o seu estilo, comunicando conteúdos próprios através de uma linguagem pessoal. Isto surge como alternativa ao trabalho para um cliente e à contingência de ter de adaptar o seu estilo de acordo com o mesmo. Contudo, os designers começam a procurar, mais recentemente, uma nova abordagem: resolver o problema do cliente, mantendo o seu estilo reconhecível, o que também não deixa de ser uma forma de autoria.

176 Ellen Lupton, Reading and Writing, In *Graphic Design: Now in Production*, 2011, p. 67.

177 *Ibidem*, p. 74.

178 Andrew Blauvelt, As If_Design and Its Producers, In *The Electric Information Age Book*, 2012, p. 219.

179 *Ibidem*, p. 222.

O design não é apenas um meio, é sim uma parte crucial da mensagem e é do design que a mensagem vai depender para ser apreendida ou não pelo leitor. Desta forma, se o conteúdo for composto com uma estética inteligente, o leitor irá ter mais prazer e mais facilidade em ler a mensagem, estimulando o leitor a decifrar o seu conteúdo, mesmo que este seja um pouco mais complicado de apreender. Assim, o designer tem como tarefa o facilitar da transmissão da mensagem, comunicando-a da forma mais apropriada, clarificando o conteúdo por mais difícil que este seja de entender.

O autor do conteúdo ou do texto é como que um cúmplice do designer, trabalhando, quando possível, os dois em conjunto e constituindo, desta maneira, uma importância equivalente na concepção do trabalho final.

No projecto em questão, ao escolher os diferentes elementos que fazem parte do objecto editorial resultante desta investigação, ao definir a sua forma final e ao estabelecer o modo como é produzido, assume-se a faceta editora, designer e produtora, ou seja, toma-se controlo de todas as etapas da sua concepção. Como editora é feita a selecção do conteúdo, através da escolha de artigos que retratam a essência de cada revista, bem como as imagens e elementos que as ilustram. Como produtora, constrói-se um arquivo com os dados recolhidos, apropriando dessa matéria e reorganizando-a de maneira a criar uma nova narrativa, seleccionando também o seu método de produção. E ainda, como designer, é criada a sua forma através da disposição dos seus elementos e conteúdos de maneira a melhor comunicar a mensagem que se pretende transmitir.

4.3. Objecto Editorial Final

Através da investigação feita neste projecto, que abrange temas importantes para o entendimento dos objectos editoriais estudados e analisados, tais como o estudo sobre a condição da mulher e a estética e design da época, procedeu-se a uma recolha de diferentes elementos com o objectivo final de criar um objecto editorial constituído por uma narrativa visual, que procura evidenciar a relação existente entre os seus conteúdos textuais e a sua imagética da mulher idealizada.

Assim, partindo do corpo de revistas seleccionadas das décadas de 40 e 50, do Estado Novo, patentes no acervo da Biblioteca Nacional de Portugal e da Hemeroteca Municipal de Lisboa, fez-se um estudo dos conteúdos textuais das publicações de maneira a sistematizar as suas temáticas, que apresentam um carácter fortemente ideológico e pedagógico da mulher, como por exemplo, os contos que recriavam bons ou maus exemplos que as leitoras deviam, ou não, seguir, e ainda, artigos destinados à transmissão de conhecimentos úteis à Mulher relativos às actividades consideradas femininas, ou seja, conteúdos que abrangiam assuntos como a decoração, beleza, moda, culinária, como uma mulher se deve comportar, socializar, etc. Em seguida, identificaram-se as estratégias gráficas utilizadas para transmitir estes conteúdos, como por exemplo as ilustrações, que permitiam um melhor controlo sobre a imagem idealizada da mulher face à fotografia, as figuras sempre felizes e idealizadas, o caos visual, criado pela utilização exagerada de fotografia, ilustração, texto e ornamentos, etc.

Surge então, um livro-arquivo que constitui uma reunião das principais particularidades destas publicações, reorganizadas de forma a transmitir uma perspectiva e visão pessoal e a propôr novas relações entre os seus conteúdos textuais e gráficos, através da desconstrução das suas relações originais que constituíam um forte carácter propagandístico. Desta forma, este objecto final tem como objectivo convocar, através do design editorial, um olhar crítico, reflexivo e actualizado em torno dos conteúdos das publicações femininas da época, ou seja, da construção da imagem idealizada da mulher.

Para a elaboração do objecto final, são tomados como referência dois objectos editoriais: o primeiro, *Fragments of History and Visual Research*, da ilustradora e designer Karen Lacroix, fundadora da editora Uncanny Editions que explora diferentes modos e práticas editoriais. Esta publicação é o resultado de uma investigação que procura utilizar diversas técnicas de impressão como forma de interpretar e comunicar a história do Instituto Politécnico do Porto, na comemoração do seu trigésimo aniversário. Assim, utiliza como método principal – a colagem – juntando imagens, justapondo-as, relacionando-as e manipulando-as de modo a mostrar diferentes ligações e criar novas leituras. Este livro demonstra a diversidade de escolas, disciplinas e tecnologias existentes no Instituto, ilustrando-as em diferentes secções adaptadas a cada tema, fazendo uso das instalações do Instituto, o que se torna visível pela utilização de diferentes materiais, proporções e técnicas de impressão. Embora não contenha nenhuma ordem específica, pretende transmitir uma viagem entre significado e história através da junção de discursos com traços do passado, onde fragmentos de texto criam ligações entre imagens e ideias.

E o segundo, *FOUNT, an incomplete guide to book making*, produzido por Jackson Lam, Adam Chelstov, Jérôme Rigaud e Åbåke que consiste numa selecção de partes de livros e desenhos raros, pertencentes à St. Bride Foundation situada em Londres, uma antiga escola de técnicas de impressão que posteriormente se tornou numa biblioteca de publicações raras. Estas publicações são então, conjugadas com comentários em texto, imagens ou desenhos, traduzindo-se num livro que constitui uma introdução muito abrangente ao tema de produção de livros. Este é também composto por diferentes formatos, materiais e técnicas de produção, procurando transmitir e demonstrar o conceito de conjugação de diversos fragmentos e elementos num só objecto editorial que se interligam pela intervenção dos seus criadores, através das suas anotações e instruções pessoais.

Estas duas publicações apresentam características semelhantes ao que se pretende realizar neste projecto, que consiste na selecção, organização e reunião de diversos elementos de uma temática específica num todo, de maneira a fomentar uma nova leitura e reflexão sobre o assunto em questão. Assim, como objecto final foi produzido um livro composto por fragmentos de dez revistas femininas, que para além de demonstrar e representar a sociedade e a importância social da mulher, bem como a cultura visual da época, procura evidenciar as características dessas publicações e a forma como estas contribuíram para a criação e transmissão do conceito de “Mulher Ideal”.

O livro, denominado de "Magazine da Mulher", é composto por dez cadernos de proporções diferentes, baseadas no formato real de cada revista e, como forma de tornar a sua produção mais acessível e mais económica, adaptadas à área de um A3. Assim, cada caderno corresponde a uma das publicações analisadas e procura ser uma representação da essência do respectivo periódico. Ou seja, para a realização de cada um desses cadernos sintetizou-se o essencial de cada revista, através da edição e da manipulação dos elementos seleccionados, de forma a ressaltar a ideologia e a condição da Mulher do Estado Novo. Cada um desses dez cadernos é composto por dezasseis páginas e encontram-se ordenados pelas datas de publicação. O caderno da revista *A Mulher no Lar* é o único que, de acordo com a publicação, apresenta um formato de desdobrável, de forma a manter fidelidade à sua forma original.

O objecto editorial tem como cor base o preto e, à semelhança das revistas analisadas, contém destaques a cor. Desta forma, cada caderno é composto, a nível cromático, por preto conjugado com outra cor reservada a elementos de destaque divergindo de caderno para caderno, de maneira a melhor evidenciar a separação entre publicações.

Ao longo dos cadernos, os elementos de cada revista são conjugados com algumas intervenções pessoais que procuram criar uma ligação entre todo o objecto final. Estas intervenções fazem uso, por vezes, da cor de destaque da publicação, ou de outras, em texto, composto pelo tipo de letra *Futura*, pois apesar de não existir uma evidente influência da estética do design da *Bauhaus* nos periódicos analisados, verifica-se em várias situações a sua utilização. A *Futura* é um tipo de letra sem serifas de desenho subtil baseado em formas geométricas, sendo bastante representativo da clareza e da neutralidade defendida pela *Bauhaus*. Foi criada pelo tipógrafo alemão Paul Renner em 1927 e é, até hoje, utilizada por diversos designers. Contém, também, diferentes pesos que proporcionam a criação de páginas que aparentam ter diferentes tonalidades criadas pela mancha de texto. Esta fonte que marcou mais evidentemente o design dos anos 20 e 30, apesar de ser reconhecida como um tipo de letra moderno entre os tipógrafos e artistas gráficos portugueses, e de já existirem revistas nacionais que a utilizavam nos anos 30, como a *Presença*, teve uma popularidade ligeiramente mais tardia em Portugal. Esta é conjugada, nos periódicos analisados, com diferentes tipos de letra, perdendo, assim, por não ser utilizada de forma apropriada, os valores de clareza e sobriedade para os quais foi criada.

Também os textos de artigos seleccionados de cada publicação para utilização no objecto editorial final, são compostos pela fonte *Futura*. Estes textos foram escolhidos como elementos que traduzem a natureza destas revistas, bem como a condição social da mulher e a forma como se pretendia que a mulher se comportasse naquela época, isto é, transmitem os conceitos de "Mulher Ideal" e do "Retorno da Mulher ao Lar", portanto, uma mulher que tinha como função principal, a de servir o próximo. Assim, para cada caderno e respectiva revista foi escolhido um artigo que representa a essência da publicação em questão, bem como as suas diferenças. Estes são maioritariamente de discurso ideológico, pedagógico, manipulador e propagandístico, constituídos de diferentes temáticas consideradas femininas e procuram legendar e estruturar a disposição dos vários elementos utilizados em cada caderno (fotogra-

fias, ilustrações, *letterings*, etc), portanto, o *layout* do objecto editorial. Desta forma, os dez cadernos que compõem o livro, além de estarem organizados cronologicamente, de acordo com o seu início de publicação, organizam também uma listagem das principais temáticas usualmente publicadas neste tipo de periódicos.

Finalmente, as técnicas de produção utilizadas na concepção deste objecto editorial procuram fazer referência à forma como eram produzidos os periódicos da época. Assim, é impresso em Risografia que em parte estabelece uma ligação com as técnicas mais tradicionais de impressão. Este método, a nível técnico, encontra-se entre o método de impressão da serigrafia e do *offset* e contém uma estética única, que impressa em papel absorvente, produz uma textura mate e permite imprimir tons monocromáticos de diferentes tonalidades. A Risografia imprime apenas uma cor de cada vez e funciona através da criação de uma *master*, que posteriormente é colocada num cilindro e, pela rede da *master*, é expelida a tinta, para as folhas de papel, de tamanho máximo A3 (297mm x 420mm), que passam a alta velocidade pela impressora. Criada em 1986 pela RISO Kagaku Corporation para impressões económicas de grande tiragem, qualidade e rapidez, estava destinada, inicialmente, a escolas, igrejas, prisões e campanhas políticas. Ainda, além de eficiente e económico, é também um método considerado bastante ecológico devido às propriedades da sua tinta, à base de soja, e das suas *masters*, feitas de papel de banana.

As revistas analisadas apresentam a singular trama de pontos que criam diferentes opacidades e tonalidades, bem como os pequenos desvios no acrescento de camadas de cor que se devem ao facto de se imprimir, tal como na risografia, uma cor de cada vez. As características deste método, tornam a sua escolha uma mais valia para a impressão deste objecto-livro, porque permitem alcançar uma estética que se assemelha aos processos de impressão dos periódicos da época do Estado Novo.

Contudo, para a elaboração da maquete apresentada, por ser um número de exemplares menor, o livro "Magazine da Mulher" foi impresso em *offset* digital, numa impressora Konika Minolta BizHub PRO C6000L, usando a simulação da mesma trama apresentada em risografia como forma de economizar a sua produção.

Em suma, como Trabalho Final o que se pretendeu elaborar foi um arquivo que representa uma reunião de elementos e fragmentos de publicações periódicas dirigidas ao sexo feminino, ou seja, um compêndio que agrupa as suas características principais reorganizadas de forma a transmitir uma visão actual sobre o tema, que propõe novas relações entre os seus conteúdos originais através da desconstrução do objectivo propangandístico que os unia. Com o conceito de desconstrução, ou seja, a reconfiguração da mensagem através de uma abordagem crítica e de uma atitude de interrogação e reflexão sobre a temática e conteúdos em questão, pretende-se alcançar um modo de leitura alternativo do conteúdo original que procura quebrar (desconstruir) as convenções do tipo de linguagem que se observava nas publicações periódicas analisadas. Isto é, convocar, através da edição gráfica, um olhar crítico e reflexivo em torno dos conteúdos das publicações femininas da época e da sua contribuição para construção de uma imagem idealizada da mulher.



CONCLUSÃO

O presente Trabalho de Projecto debruça-se sobre a análise de 10 periódicos femininos da Época do Estado Novo, publicados nas décadas dos anos 40 e 50. Esta incidiu sobre dois aspectos fundamentais: os conteúdos textuais e o design gráfico materializado para os comunicar. Para melhor entender a relação entre o conteúdo e a sua expressão, efectuou-se um estudo complementar sobre a condição social da Mulher no período em questão. A análise a estes periódicos teve como intuito responder às questões de investigação, portanto: definir as principais características do Design Editorial dirigido à Mulher do Estado Novo; entender se este colaborava com a ideologia salazarista na manipulação e controlo da maneira de estar, pensar, comportar, vestir, etc, da mulher; e determinar de que forma estas publicações, através dos seus conteúdos — e sobretudo dos seus recursos gráficos — contribuíam para uma imagem idealizada da mulher.

A relevância de uma investigação desta temática, prende-se com o facto de esta ser original, ou seja, ainda não ter sido tratada, excepto historicamente e, assim, poder constituir um contributo para o conhecimento a nível artístico, histórico, social e cultural de Portugal, principalmente para a história do Design Editorial português direccionado ao público feminino.

As revistas analisadas, compostas por conteúdos textuais que compreendiam três tipologias dominantes — textos de carácter propagandístico e pedagógico destinados à educação feminina; artigos de transmissão de conhecimentos considerados úteis à mulher, como esposa, mãe e dona de casa; e ainda, contos que retratavam bons ou maus exemplos que as leitoras deviam ou não seguir — não deixam dúvida quanto ao forte intento de influenciar o seu público-alvo. Isto verificava-se, mais vincadamente, nos periódicos pertencentes às organizações estatais OMEN e MPF, ou seja, no Boletim Mensal da Mocidade Portuguesa Feminina e no Menina e Moça, que dispunham de um discurso ideológico mais agressivo e intolerante comparativamente com a maioria dos periódicos femininos. Mesmos as restantes revistas, ainda que não sendo propriedade do estado, não se encontravam imunes à acção repressora da censura e à ideologia salazarista com a sua máxima “Deus, Pátria e Família”, apresentando o mesmo tipo de conteúdos, com o mesmo género de manipulação social.

Assim, estes conteúdos textuais, em conjunto com o uso da fotografia e da ilustração de mulheres sempre elegantes, sorridentes, geralmente no lar e a executar tarefas consideradas femininas (a cozinhar, a limpar a casa, a cuidar dos filhos, etc.), constituíram fortes elementos na propagação do conceito de “Mulher Ideal”. Apesar da fotografia ser um recurso bastante eficiente na difusão da mensagem, mostrando — por muito que fossem encenadas — mulheres e situações “reais”, era a ilustração um dos recursos gráficos mais utilizados, por ser mais maleável que a fotografia e, conseqüentemente, mais fácil de adulterar, permitindo, desta forma, uma construção mais eficaz da imagem da mulher idealizada.

A publicidade promovia produtos, na sua maioria, também destinados às mulheres, tais como produtos de beleza, limpeza, costura, etc, com um discurso que procurava apelar à mulher ideal que cuida de si, do lar e da família, fazendo, igualmente, uso de fotografias e ilustrações idealizadas.

Contudo, as técnicas gráficas utilizadas nas publicações analisadas, no que toca à utilização de vários tipos de letra e de grelhas de layout preenchidas até ao limite, não eram propriamente as mais correctas. O caos visual criado através do uso exaustivo de ornamentos, texto, fotografias e ilustrações, demonstra claras influências francesas, procurando uma abordagem mais moderna através do uso de fontes não serifadas, tal como a *Futura*. Os restantes recursos gráficos encontravam-se limitados pelas possibilidades das tecnologias da época, como é o exemplo do uso de cor, formato e técnicas de produção. Designadamente a cor teve um papel importante no apelo às leitoras, estando frequentemente mais presente nas capas das revistas, como método de persuadir a sua aquisição quando expostas numa banca.

Através da análise das publicações dirigidas à mulher nos anos 40 e 50, concluímos, então, que o design editorial era um veículo por excelência de difusão da propaganda direccionada à mulher, contribuindo para a divulgação dos valores e ideais que esta deveria seguir, criando uma imagem idealizada da mulher pelo Estado Novo, ou seja, da doutrina salazarista para o sexo feminino. Estas publicações, revelaram-se bons meios de propaganda tornando-se populares e cumprindo o seu objectivo junto do público a que eram dirigidas.

Durante a recolha de conteúdos também se chegou à conclusão que, nos dez periódicos analisados, a revista *Jornal Magazine da Mulher* constitui uma excepção à regra, pois mesmo abrangendo o mesmo tipo de imagética e temáticas, como a culinária, a moda, etc, os seus artigos contêm um discurso de carácter mais liberal e mais defensor da mulher. Da autoria da sua editora e proprietária, menos alinhada com a ideologia salazarista, abordam temas que demonstram uma vontade de modificar as tendências e convencionalismos sexistas, apelando à elevação mental da Mulher e procurando aumentar o seu poder de compreensão e interesse nas mais diversas temáticas.

Com base nas conclusões alcançadas nesta análise e de forma a constituir uma utilidade prática, decidiu-se apresentar como objecto final do Trabalho de Projecto e complemento desta investigação, um livro que procura fazer uma reinterpretação dos conteúdos textuais e gráficos dos periódicos femininos, através da reunião e reorganização destes mesmos conteúdos, propondo novas relações significantes entre estes, através da contra-posição do tipo de discurso com o tipo de imagética. Perante a oferta gráfica e textual das publicações, procurou-se fazer uma edição ponderada dos seus conteúdos que desconstrua, desarticule e questione a forma como as publicações periódicas femininas do Estado Novo deram o seu contributo para a construção de uma imagem idealizada da mulher.

FONTES E BIBLIOGRAFIA

- ACCIAIUOLI, Margarida, *António Ferro - A Vertigem da Palavra*. 1ª ed. Lisboa: Editorial Bizâncio, 2013.
- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul, *Basics Design 02: Layout*. 1ª ed. Switzerland: AVA Publishing SA, 2005.
- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul, *Basics Design 05: Colour*. 1ª ed. Switzerland: AVA Publishing SA, 2006.
- BALTAZAR, Maria João, *Design Português: 1940/1959*. Lisboa: Verso da História – Edição e Conteúdos, SA, 2015.
- BARBOSA, Conceição, *Manual Prático de Produção Gráfica*. 1ª ed. Cascais: Principia, 2004.
- BARROS, Hilda Rumsey d’Almeida Corrêa de, O que nós queremos que as nossas raparigas sejam. In *Mocidade Portuguesa Feminina – Boletim Mensal*. N.ºs de Maio a Novembro, 1941.
- BARROS, José de Leitão, A “Ilustração Portuguesa” entrevista a “Ilustração Portuguesa”. In *Ilustração Portuguesa*, nº 816, 8 de Outubro de 1921. pp. 232-234.
- BARTHES, Roland, A Morte do Autor. In *O Rumor da Língua*. Lisboa: Edições 70, [(1968) 1987]. pp. 49-53.
- BÁRTOLO, José; SILVA, Jorge, *Fred Kradolfer: design de comunicação e expositivo*. 1ª ed. Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 2012.
- BELO, Maria; ALÃO, Ana Paula, O Estado Novo e as mulheres. In *O Estado Novo. Das origens ao fim da autarcia, 1926-1959*. vol. II, Lisboa, 1987. pp. 263-279.
- BLAUVELT, Andrew, As If — Design and Its Producers. In *The Electric Information Age Book. McLuhan/Agel/Fiore and the Experimental Paperback*. New York: Princeton Architectural Press, 2012. pp. 217-227.
- BRASÃO, Inês Paulo, *Dons e Disciplinas do Corpo Feminino: Os Discursos sobre o Corpo na História do Estado Novo*. Lisboa: Comissão para a Igualdade e os Direitos das Mulheres, 1999.
- CASCAIS, António Fernando, O Arquivo em Michel Foucault, In *Revista de Comunicação e Linguagens: Babel, ou o Céu é o Limite*. N.º 40. Lisboa: Relógio D’Água, 2009. pp. 109-118.

COVA, Anne; PINTO, António Costa, O Salazarismo e as mulheres: uma abordagem comparativa. In *Penélope: Fazer e desfazer a História*. N.º 17. Lisboa: Edições Cosmos, 1997. pp. 71-94.

DERRIDA, Jacques, *Mal de Arquivo – Uma Impressão Freudiana*, Rio de Janeiro: Editora Relume Dumará, 2001.

DERRIDA, Jacques, Archive fever, In *The Archive*. London: Whitechapel Gallery [(1995) 2006]. pp. 76-79.

FERRO, António, *Teoria da Indiferença*. 3ª ed. Lisboa: Roger Delraux, [(1920) 1979].

— *Salazar, o homem e a sua obra*. Lisboa: Empresa Nacional de Publicidade, 1933.

— *Dez Anos de Política do Espírito: 1933-1943*. 1ª ed. Lisboa: Secretariado da Propaganda Nacional, 1943.

— *Política do Espírito: Apontamentos para uma Exposição*. Lisboa: Edições SNI, 1948.

— *Arte Moderna: Discursos*. 1ª ed. Lisboa: Secretariado Nacional da Informação, 1949.

— *Artes Decorativas*. 1ª ed. Lisboa: Secretariado Nacional da Informação, 1949.

FOUCAULT, Michel, *A Arqueologia do Saber*, Coimbra: Almedina, 2005.

— *O que é um autor?*. Lisboa: Vega, 2006.

— The historical *a priori* and the archive. In *The Archive*. London: Whitechapel Gallery, 2006. pp. 26-30.

FOGES, Chris, *Magazine Design*, 1st ed. Switzerland: RotoVision, 2000.

FOSTER, Hal, An archival impulse, In *The Archive*, London: Whitechapel Gallery, [(2004) 2006]. pp. 143-148.

FRAGOSO, Margarida, *Design Gráfico em Portugal: Formas e Expressões da Cultura Visual do Século XX*. 1ª ed. Lisboa: Livros Horizonte, 2012.

FREITAS, Maria Helena de, Em Conversa com Paulo Ferreira. In *Bernardo Marques, 1898-1998: Obra gráfica*. Lisboa: Centro de Arte Moderna José de Azevedo Perdigão, 1999. pp. 41-58.

GUEDES, Fernando, *Estudos sobre Artes Plásticas: Os anos 40 em Portugal e outros estudos*. 1ª ed. Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 1985.

- *António Ferro e a sua Política do Espírito*. Lisboa: Academia Portuguesa da História, 1997.
- GORJÃO, Vanda, *Mulheres em Tempos Sombrios. Oposição feminina ao Estado Novo*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2002.
- KANE, John, *A type primer*, 2nd ed. London: Laurence King Publishing, 2011.
- LUPTON, Ellen, The Designer as Producer. In *The Education of a Graphic Designer*. New York: Allworth Press, 1998. pp. 159-162.
- Reading and Writing. In *Graphic Design: Now in Production*. Minneapolis: Walker Publications, 2010. pp. 58-75.
- MACEDO, Diogo de, A Arte Moderna. In *Portugal*, Lisboa: Secretariado Nacional da Informação, 1946.
- MEREWETHER, Charles, *The Archive*. London: Whitechapel Gallery, 2006.
- MOHOLY-NAGY, László, *Painting, Photography, Film*. London: Lund Humphries, 1969.
- MOURÃO, José Augusto, O Espaço do Arquivo: A Perversão da Memória, In *Revista de Comunicação e Linguagens*. No. 40, Lisboa: Relógio D'Água, 2009. pp. 83-95.
- MÜLLER-BROCKMANN, Josef, *Sistema de Grelhas: Um manual para designers gráficos*. 3ª ed. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2012.
- Ó, Jorge Ramos do, *Os anos de Ferro: O dispositivo cultural durante a “Política do Espírito” - 1933-1949*. 1ª ed. Lisboa: Editorial Estampa, 1999.
- PIMENTEL, Irene Flunser, *A cada um o seu lugar, A política feminina do Estado Novo*. 1ª ed. Lisboa: Temas e Debates e Círculo de Leitores, 2011.
- *Mocidade Portuguesa Feminina*. 1ª ed. Lisboa: A Esfera dos Livros, 2007.
- PORTELA, Artur, *Salazarismo e Artes Plásticas*. 2ª ed. Lisboa: Instituto de Cultura e Língua Portuguesa, 1987.
- ROCHA, Clara, *Revistas Literárias do Século XX em Portugal*. Vila da Maia: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 1985.
- ROCK, Michael, *Multiple Signatures: On Designers, Authors, Readers and Users*. New York: Rizzoli International Publications, Inc., 2013.

RODRIGUES, António, Ritmos Gráficos. In *Bernardo Marques, 1898-1998: Obra gráfica*. Lisboa: Centro de Arte Moderna José de Azevedo Perdigão, 1999. pp. 41-58.

ROSENGARTEN, Ruth, *Entre memória e documento: a viragem arquivística na arte contemporânea*. Lisboa: Museu Coleção Berardo, 2012.

SALAZAR, Oliveira, Propaganda Nacional. In *Discursos e notas políticas*. Vol. I. Coimbra: Coimbra Editora, L.da, 1935. p. 257-264.

— Princípios fundamentais da revolução política. In *Discursos e notas políticas*. Vol. I. Coimbra: Coimbra Editora, L.da, 1935. pp. 85-87.

— Fins e Necessidade da Propaganda Política. In *Discursos e Notas Políticas*. Vol. III. 2ª ed. Coimbra: Coimbra Editora, L.da, 1945. p. 193-211.

— Comemorações Centenárias. In *Discursos e Notas Políticas*. Vol. III. 2ª ed. Coimbra: Coimbra Editora, L.da, 1945. pp. 41-58.

— *Como se Levanta um Estado*, 2ª ed. Coimbra: Coimbra Editora, L.da, 1945.

SANTOS, Afonso Santos, O design e a decoração em Portugal, 1900-1994. In *História da Arte Portuguesa: Sentimento, Autoria, Conceito. A Velocidade da Moda e as Vanguardas*. Vol. 09, Reimpressão da 1ª ed. Rio de Mouro: Círculo de Leitores, 2007.

SARAIVA, Constança, *Arte e Comunidades: Um Arquivo Poético sobre o Envelhecimento*. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, 2013.

TSCHICHOLD, Jan, *The New Typography: a handbook for modern designers*. Berkeley: University of California Press, 1998.

TENGARRINHA, José, *História da Imprensa Periódica Portuguesa*. 2ª ed. Lisboa: Editorial Caminho, SA, 1989.

TOLMER, Alfred, *Mise en Page: The Theory and Practice of Lay-out*. London: The Studio Ltd., 1931.

Recurso Electrónico:

Fundação Calouste Gulbenkian, Biblioteca de Arte [Em linha]. Lisboa: Flickr. [Consult. 16 Out. 2017] Disponível em WWW:<URL:<https://www.flickr.com/photos/biblarte/page1/>>.

Decretos-lei:

Constituição de 1933 - Decreto-lei N.º 22 241. 22 de Fevereiro de 1933. [Em linha] Lisboa: Diário do Governo. [Consult. 28 Jan. 2017]. Disponível na internet:<URL:<https://www.parlamento.pt/Parlamento/Documents/CRP-1933.pdf>>.

Decreto-lei N.º 27 301. 4 de Dezembro de 1936. [Em linha] Lisboa: Diário da República. [Consult. 10 Mar. 2017]. Disponível na internet:<URL:http://www.idesporto.pt/DATA%5CDOCS%5CLEGISLACAO%5Cdoc_h13.pdf>.

Decreto-lei N.º 22 469. 11 de Abril de 1933. [Em linha] Lisboa: Diário de Notícias. [Consult. 21 Jan. 2017]. Disponível na internet:<URL:http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/LeisdeImprensa/1933/N83/N83_master/DGovernoN83_1933.pdf>.

Revistas:

A Mulher no Lar, Maria José M. Santos Castro, Lisboa: Litografia Costa & Valério, Lda, 1957-?.

Arte Feminina, Américo de Faria, Lisboa: Propriedade Sociedade Editora Alma, 1942-1944.

Crónica Feminina, Milai Bensabat, Lisboa: E.N.P., 1956-?.

Eva: Jornal da Mulher e do Lar, Carolina Homem Christo, Lisboa: Propriedade Sociedade Editora Alma, 1925-1989.

Jornal Magazine da Mulher, Lília da Fonseca, Lisboa: Tip. das Avenidas, 1950-1955.

Mãos de Fada: Revista de Lavoros Femininos, Edith Espada Cruz, Lisboa: Mário de Aguiar, 1945-1955.

Menina e Moça: A Melhor Revista para todas as Raparigas, Maria Joana Mendes Leal, Lisboa: Neogravura, Lda, 1947-1974.

Mocidade Portuguesa Feminina: Boletim Mensal, Maria Joana Mendes Leal, Lisboa: Neogravura, Lda, 1939-1947.

Modas e Bordados: Vida Feminina, Etelvina Lopes de Almeida, Lisboa: Sociedade Nacional de Tipografia, 1912-1975.

Os Nossos Filhos: Grande Revista Mensal para os Pais, Maria Lúcia Silva Rosa, Lisboa: Tip. Bertrand, Lda., 1942-1964?.

ACRÓNIMOS

APA - Agência de Publicidade Artística

CNMP - Conselho Nacional das Mulheres Portuguesas

DIP - Departamento de Imprensa e Propaganda

ETP - Estúdio Técnico de Publicidade

MEN - Ministério da Educação Nacional

MNF - Mocidade Nacional Feminina

MP - Mocidade Portuguesa

MPF - Mocidade Portuguesa Feminina

OMEN - Obra das Mães pela Educação Nacional

SPN - Secretariado da Propaganda Nacional

SNI - Secretariado Nacional de Informação

ANEXOS

Arte Feminina

4.

ODA

2.

Modas floradas

1.

Vida feminina

menina e moça

N.º 38 - JUNHO - 1950



7.



9.

a mulher
NO LAR

10.



8.

OS NOSSOS FILHOS

5.

MÃOS DE FADA

6.

REVISTA DE LAVORES FEMININOS



3.

ANEXO I - ANÁLISE INDIVIDUAL A CADA PERIÓDICO

1. MODAS E BORDADOS: Vida Feminina (1912-1975)

Editora de Arte: Maria Lamas

Directora e Editora: Etelvina Lopes de Almeida

Publicação mensal

Público-alvo

Periódico que aparenta dirigir-se a donas de casa com alguma formação, provavelmente mulheres da classe média urbana.

Temática

A moda é o tema principal da publicação (material de costura, tecidos e bordados);

Também inclui secções sobre moda estrangeira, artigos sobre culinária, mulheres famosas, portuguesas e estrangeiras;

Contém ainda, em cada número, um suplemento com moldes de modelos de diferentes peças de roupa;

Fazem parte da lista de autoras desta publicação nomes como Maria Luiza e Maria do Nascimento.

Dimensões

O formato da revista é de 34 cm de altura por 24 cm de largura.

Sistema de Grelha

A grelha contém, aparentemente, seis colunas. As margens são iguais em todos os lados da página e a numeração é colocada ao centro do topo da página, ladeada pelo título do periódico: “Modas & Bordados” à esquerda, e “Vida Feminina” à direita;

Nas páginas dedicadas à publicidade, apresenta maioritariamente três colunas, duas colunas ou mesmo só uma - maior parte do miolo da publicação assume estas características no que diz respeito à disposição dos textos e das imagens;

A capa contém um cabeçalho com um pequeno texto relativo à imagem da capa e à data do periódico;

Ao longo do periódico podemos observar uma forte utilização de molduras, tanto simples, como ornamentadas, geralmente, a cor.

Cores

Verifica-se a utilização de impressão em tricromia na capa; no interior, as páginas são impressas em monocromia, geralmente em azul ou preto;

Com o avançar dos anos, passa a utilizar mais a cor preta, apresentando uma maior coerência;

O suplemento, inicialmente impresso apenas a preto, a partir de 1950 passa a ser impresso a 2 cores, normalmente a preto e outra cor, mudando conforme o número da revista.

Tipos de Letra

Fonte cursiva no logótipo e alguns títulos desenhados à mão no interior;

A capa começa, mais tarde, a incorporar dois tipos de letra no seu logótipo - uma cursiva e outra serifada;

Os títulos de artigos são muito diversos, com fontes serifadas, cursivas e não serifadas, fortemente ornamentadas;

Em algumas situações, começa a conjugar-se dois tipos de letra compostos num só título, por exemplo, uma fonte ornamentada com uma fonte cursiva;

O texto corrido do interior da revista, encontra-se em fonte serifada;

Verifica-se assim, ao longo da publicação, a utilização de vários tipos de letra.

Ilustração

As ilustrações muito simples, de traço único, de mulheres elegantes e peças de roupa, geralmente vestidos, saias, entre outras. Ou seja, roupa de mulher. Ilustração de moda;

Dos ilustradores que participam na publicação destacam-se os seguintes nomes:

Germaine Leconte, Arminda (ilustrações de corpos elegantes), Fernando Carlos (ilustrações de objectos, natureza morta), Rocha Vieira, Emília, (corpos), Luz, Simone (crianças), Rodrigues Alves (ilustrações de histórias de ficção), Garcês, etc.

Fotografia

Fotografias geralmente impressas a uma cor (azul);

Na capa: fotografia grande, ou seja, uma imagem a ocupar a capa inteira, impressa a 3 cores;

As fotografias são, na sua maioria, de mulheres vestidas com diferentes modelos, recortadas e conjugadas em sobreposições; colagem; verifica-se, igualmente, a utilização de fotomontagem.

Publicidade

Produtos dirigidos às mulheres, tais como: produtos de limpeza de roupa, roupa, calçado, tecidos, máquinas de costura, perfumes, cabeleireiros, tecidos, medicamentos, alimentos para crianças;

Produtos de beleza: “O que é indispensável para que V. Ex.^a fique sedutora e elegante - para que o vosso lar fique moderno e confortável”, como cremes, perfumes, maquilhagem, petróleo para o cabelo, champô, sabonetes, cremes depilatórios, etc.

Infografia

Não se verifica.

Técnicas de Produção

Impressão a rotogravura e, ainda, caracteres móveis;

Capa impressa a 2/3 cores. Texto e fotografias impressos a azul (monocromia), em algumas situações a preto, nomeadamente nas fichas de moldes. A publicação passa a ser impressa a duas cores a partir de 1955.

2. EVA: Jornal da Mulher e do Lar (1925-1989)

Directora e editora: Carolina Homem Christo.

Publicação quinzenal.

Público-alvo

Revista dirigida ao público feminino adulto, com alguma formação: mulheres da cidade e donas de casa da elite social.

Temática

Temas dirigidos à mulher, tendo como tema principal a moda, explorada em artigos sobre costura, acessórios, conselhos de beleza conjugados com um menor número de artigos sobre culinária e relativos à temática da família. Apresenta também, notícias da actualidade, de famosos portugueses e do estrangeiro, cinema, actores e atrizes. Algumas rubricas de novelas e pequenos romances e, ainda, artigos dirigidos a noivas. Finalmente contém, um suplemento prático, com peças de vestuário.

Dimensões

Maior que o A4, medidas na folha. (31 cm por 23 cm)

Sistema de Grelha

O sistema de grelhas utilizado neste periódico não apresenta margens muito grandes; as imagens “mordem” as margens, sendo a grelha aparentemente composta por seis colunas. A numeração é colocada no canto inferior exterior das páginas.

As revistas de datas específicas de comemorações, como por exemplo o Natal, apresentam uma grelha mais definida, mais limpa e com uma hierarquia de tipografia mais evidente, sendo estes números impressos a três cores.

Na capa, sempre com imagem de fundo, o logótipo é colocado, geralmente, num dos cantos. O preço e a data encontram-se junto a este.

Cores

A cor base do interior é o preto impresso em monocromia. A este juntam-se cores directas, numa posterior impressão, para destacar as molduras, os títulos, as molduras dos títulos e os detalhes das ilustrações. Em alguns casos há *spreads* que têm uma

página com impressão a cor e a outra mantém-se toda a preto.

Na capa, o logótipo, inicialmente, varia entre as cores branco, preto e vermelho.

Posteriormente, encontra-se a branco, com um rectângulo vermelho por baixo.

A partir de 1950, a capa é mais colorida, contudo no interior verifica-se a utilização de uma só cor, a não ser em algumas páginas específicas com detalhes de cores directas em ilustrações.

As cores utilizadas apresentam tons suaves com gradações cromáticas, como por exemplo, o azul e verde claro, rosa e rosa claro, vermelho, etc.

Tipos de Letra

Os tipos de letra dos títulos apresentam fontes caligráficas e desenhadas à mão. Sendo alguns, bastante ornamentados, com flores, estrelas e ainda, em certos casos, pintados a pincel. Noutros casos, utilizam-se tipos de letra não serifados e mais modernos.

O texto corrido é sempre composto por letra serifada, num tamanho bastante pequeno.

O logótipo é composto por letras minúsculas numa fonte cursiva e caligráfica.

Ilustração

Verifica-se a utilização de uma grande quantidade de ilustrações de corpos femininos, desenhos de moda, modelos de roupa, etc. Ilustradores: Ribeiro, Janine, entre outros.

Fotografia

Verifica-se a utilização de alguma fotografia, contudo, o que predomina é o uso de ilustrações.

As fotografias que podemos encontrar, ilustram notícias do jetset do estrangeiro, actores de hollywood, etc.

A capa, também contém fotografia, sempre de uma mulher (alguma artista, actriz, bailarina, etc.) Apenas mais tarde, começam a aparecer na capa, alguns homens famosos.

Também se pode observar o uso de fotomontagem, ou seja, recortes de fotografias conjugadas numa composição.

Publicidade

A publicidade é bastante abundante, nomeadamente a de produtos dirigidos à mulher e dos espaços onde os adquirir, tais como: produtos para emagrecer, anti-rugas, produtos de beleza, esmalte de unhas, pó de arroz, rouges, cremes de beleza, lojas de moda, boutiques e perfumarias. Também podemos encontrar alguma publicidade a electrodomésticos.

Infografia

Não se verifica.

Técnicas de Produção

Capas em papel mais grosso que o interior. Impressão em rotogravura a cor directa, com preto como cor de base e cores impressas em sobreposição, existindo várias cores

ao longo de cada volume (cerca de 5 a 6).

A partir de cerca de 1945, começa-se a verificar a utilização de impressão a tricromia na capa e no verso da capa (além do preto), contudo no seu interior passa a existir uma menor quantidade de páginas a cor.

3. MOCIDADE PORTUGUESA FEMININA: Boletim Mensal (1939-1947)

Primeiro número publicado a Maio de 1939, último a Abril de 1947.

Directora e Editora: Maria Joana Mendes Leal

Direcção, Administração e Propriedade do Comissariado Nacional da Mocidade Portuguesa.

Redacção e Administração: Comissariado Nacional da M.P.F,

Arranjo Gráfico, gravura e impressão de Neogravura, Ltdª, Lisboa.

Obra das Mães pela Educação Nacional

Publicação mensal

Público-alvo

Periódico dirigido a meninas, jovens e futuras mulheres, filiadas à Mocidade Portuguesa Feminina. “Raparigas da mocidade” - “Toda a Filiada da M.P.F. tem o dever de assinar o Boletim e de fazer a sua propaganda. Inscrevei-vos como assinante! Arranjai-nos assinaturas! Quem conseguir 10 assinaturas receberá a sua de graça.” (Texto presente em todas os números da revista).

Contudo, a revista tinha como pretensão inicial, ser dirigida a todas as raparigas, embora não tenha sido essa a realidade.

Temática

Assuntos dirigidos às raparigas filiadas da MPF, que pretendia formar a mulher-ideal - “À Conquista do Ideal”, “O Lar” e rubricas de Culinária. Contendo ainda, artigos religiosos referentes à Nossa Senhora, à Igreja, etc, e artigos relacionados com as actividades da MPF – Aulas, Colónias de Férias, etc; Notícias da MPF; e ainda, Moda e Literatura de Ficção.

Dimensões

Formato da revista com 27 cm de altura por 19 cm de largura.

Constituída por 16 páginas.

Sistema de Grelha

Sistema de grelhas muito difícil de identificar, podendo a grelha, possivelmente, ser composta por doze colunas.

A composição é feita por recortes e colagens, fazendo muito uso de molduras de todo

o tipo, sejam rectas, ornamentadas com flores, fitas, curvas, rectângulos de cor, etc. Contém, ainda, vários frisos a decorar as páginas, sendo estes quase todos díspares. As imagens são colocadas em molduras direitas ou inclinadas e as suas páginas encontram-se profusamente decoradas com detalhes de ilustrações. Podemos também, verificar blocos de cor dispostos de forma inclinada e uma grande predominância de imagens e ilustrações, colocadas na mesma página. A capa é impressa a uma cor, assim como o interior. O símbolo da Mocidade Portuguesa Feminina é inserido num dos cantos da capa, conforme a imagem de fundo utilizada, sendo esta, uma fotografia de página inteira, com uma pequena e discreta legenda colocada sem qualquer regra.

Cores

Cada número deste periódico, é impresso numa única cor em várias tonalidades, como o sépia, o castanho, o azul, verde, o preto, etc, impressos, provavelmente, em cor directa. Apenas no número 92, referente ao Natal, se verifica a utilização de outras cores em simultâneo - preto, vermelho e azul.

Tipos de Letra

Os títulos são bastante ornamentados, com sombra, elementos cursivos, desenhados à mão, e por vezes em estilo gótico. Pela sua dimensão, os títulos apresentam um grande destaque e um único título pode reunir com frequências diferentes tamanhos e pesos. O texto corrido é composto por um tipo de letra, assim como a primeira letra do artigo que mimetiza as estratégias das iluminuras, no seu estilo ornamentado, excessivamente curvo e quase barroco.

Na capa, o logótipo, de forma oval, contém as letras MPF em destaque, numa textura quadrada e com o nome escrito por extenso na parte inferior do mesmo, contendo ainda, o símbolo da Mocidade Portuguesa.

Ilustração

Verifica-se a existência de muita ilustração, sendo esta bastante delicada, de silhuetas e figurinos de mulheres e crianças. Aparecem ainda desenhos de utensílios femininos, objectos para e do lar, etc.

Ilustradores: Fernando Carlos, Guida Ottolini, Raquel, Laura Costa, Maria Franco, entre outros.

Fotografia

Podemos verificar a utilização de muita fotografia a ilustrar este periódico, sendo estas, fotografias de filiadas ou graduadas da Mocidade Portuguesa Feminina, geralmente fardadas, em férias, etc. São utilizadas também, fotografias de paisagens de Portugal e alguns locais do estrangeiro (colégios, igrejas, etc). Apresentam-se, igualmente, imagens fotográficas de situações do quotidiano, do que se considerava o lar perfeito e, ainda,

algumas fotografias de personalidades femininas de Portugal e do estrangeiro.
Fotógrafos: Mário Lemos, Fernando de Ponte e Sousa, Horácio Novais, Mário Novais, Francisco Pais, entre outros.

Publicidade

Não se verifica.

Infografia

Podemos verificar algumas infografias com ilustrações de costura, listas ilustradas de preparativos para certos acontecimentos, como o Natal, a Páscoa, as Férias, etc.

Técnicas de Produção

Impressão em rotogravura a cor directa e em monocromia. Existindo uma alteração da cor em cada número da publicação.

4. ARTE FEMININA: Vida Feminina (1942-1944)

Director: Américo de Faria

Editores: Propriedade Sociedade Editora Alma, Lisboa

Publicação quinzenal

Público-alvo

Revista dirigida a mulheres, provavelmente, costureiras.

Temática

Artes consideradas femininas - crochet, bordados, lã, ou seja, costura - motivos para bordar, etc. Trabalhos para a Mulher e para o Lar - decoração do Lar, contendo alguns artigos de Beleza e Culinária, e ainda, uma página de Literatura.

Sistema de Grelha

Sistema de grelha difícil de identificar, parecendo, talvez, composta por seis colunas. A numeração é colocada na parte inferior ao centro e o título do periódico no topo e ao centro da página.

A capa é composta por um cabeçalho com a data, o preço, o logótipo e o subtítulo, e por baixo, uma ilustração em moldura, geralmente de uma imagem de motivos para bordados, devidamente legendada com o nome do autor.

Dimensões

Formato do periódico de 38,5 cm de altura por 28,5 cm de largura.

Composta por 16 páginas.

Cores

Capa e contracapa impressas em tricromia.

No interior, a publicação é impressa na sua maioria em monocromia a preto e, em alguns casos, verificam-se algumas páginas, com moldes de bordados e ilustrações, impressas a várias cores.

Tipos de Letra

O tipo de letra utilizado no logótipo é muito interessante pelo seu carácter cursivo e ornamentado que suscita a ideia de movimento.

Ao longo dos números, o logótipo mantém o tipo de letra, contudo, a decoração muda e o subtítulo também.

Observa-se, igualmente, a utilização de três tipos de letra, no máximo, na mesma página. O texto corrido é serifado, assim como os títulos dos artigos, todavia, em alguns casos, são colocados a letra cursiva, desenhada à mão.

Ilustração

Verifica-se a utilização de bastante ilustração, sendo esta, ilustrações de silhuetas femininas, crianças, figurinos e peças de roupa. E ainda, de motivos para colocar em bordados, moldes de roupa e de móveis e imagens de decoração. Na publicação recorre-se frequentemente à ilustração para diversos tipos de representações, tais como: silhuetas femininas, crianças, figurinos, peças de roupa, motivos para colocar em bordados, moldes de roupa e de móveis e imagens de decoração.

Fotografia

Não se verifica a utilização de fotografia até ao n.º 28, já a aproximar-se do fim da revista.

Publicidade

A escassa publicidade utilizada neste periódico é dedicada a artigos para o público feminino, como sabonetes, produtos de beleza, produtos para costura, cremes (Nivea), etc.

Infografia

Não se verifica.

Técnicas de Produção

Impresso em rotogravura e alguns textos aparentam ser impressos em caracteres móveis. Em algumas situações aparenta ser pintado à mão.

Capa impressa em tricromia.

5. OS NOSSOS FILHOS: Grande Revista Mensal para os Pais (1942-1964?)

diferentes volumes | análise só a partir do ano 1944, n.º 20

Directora/editora: Maria Lúcia Silva Rosa

Tipografia Bertrand Lda.

Publicação mensal

Público-alvo

Como o próprio nome indica, esta é uma revista dirigida aos pais - “A única revista para os pais que se publica em Portugal”, contudo, como esta era uma época em que temas relacionados com crianças e filhos, eram temas essencialmente para mulheres, o periódico acaba por se dirigir, principalmente, às mulheres mães.

Temática

Assuntos de foro parental, tais como, puericultura, enfermagem, educação, vida escolar, moda infantil, e ainda, literatura, psicologia, religião, costura (moldes) e culinária.

Dimensões

Formato com 32cm de altura por 22 cm de largura.

Sistema de Grelha

O sistema de grelha utilizado neste periódico é composto por 6 colunas, com margens iguais. A numeração é colocada no canto inferior exterior e o nome do periódico, data e número, no canto inferior interior.

A composição é mais estruturada e mais metódica que noutros periódicos femininos.

Cores

O interior é impresso a preto ou azul (conteúdo) - texto, ilustrações e fotografia.

Na capa, podemos verificar a utilização da cor vermelha em rectângulos por baixo do logótipo, na margem superior e na margem inferior, com a fotografia de fundo, a preto e branco.

Tipos de Letra

Inicialmente, o logótipo é composto por letra cursiva, com subtítulo também a cursivo.

A partir do Vol. 2, n.º25, o logótipo muda, passando a conter um tipo de letra não serifado e duas faixas vermelhas na capa, na margem superior e inferior, com o subtítulo, o volume, o número e a data na inferior, também em letra não serifada.

No interior, o texto corrido é composto por letra serifada e, às vezes, em itálico.

Alguns títulos do interior contêm letra cursiva e delicada.

Ilustração

Podemos observar, neste periódico, pequenas ilustrações simples a separar artigos, ou ao lado dos respectivos títulos, de modelos e silhuetas.

Ilustradores: Vera, Fernando Carlos (interior de casas), Luís Rosa, etc.

Fotografia

Verifica-se bastante uso da fotografia, especialmente na capa, geralmente de crianças ou mulheres com crianças.

No interior, podemos encontrar muitas fotografias, normalmente referentes ao tema em questão nessa página, de maneira a ilustrá-lo.

Fotógrafo: Vinagre.

Publicidade

Não se verifica a utilização de publicidade em demasia, sendo por vezes, colocada estrategicamente perto de um texto do tema.

Existe uma maior quantidade de publicidade na parte interior da capa, impressa a preto e vermelho. Sendo esta, de produtos para senhora ou para as crianças, como por exemplo, cremes, produtos de beleza, higiene, livros para as donas de casa, detergentes, máquinas de costura etc; na contracapa, em destaque, encontra-se, maioritariamente, publicidade ao leite condensado e à farinha láctea Nestlé.

Infografia

Não se verifica a utilização de infografia.

Técnicas de Produção

Impressão em rotogravura a preto e vermelho (cor directa).

6. MÃOS DE FADA: Revista de Lavoros Femininos (1945-1955)

muda entre 1951 e 1955, passando a conter mais texto.

Editor: Mário de Aguiar

Direcção artística: Edith Espada Cruz (até nº 14)

Directora literária: Milai Bensabat

Publicação mensal

Público-alvo

Por apresentar muito pouco texto, aparenta dirigir-se a mulheres donas de casa com uma menor formação, ou mesmo, mulheres empregadas domésticas.

Temática

Tem como tema principal, a costura: malhas, bordados, roupa, ponto de cruz, modas, etc. Contém assim, vários moldes de bordados e, ainda, um suplemento com outros bordados. A partir do n.º 59, inclui um suplemento literário “O Jornal da Mulher”, com temáticas femininas (beleza, culinária, família...), com um *layout* semelhante ao de um jornal, impresso a duas cores.

Dimensões

Formato com 43 cm de altura por 31 cm de largura.

Mais tarde, o formato diminui, passando a ter 30 cm de altura por 21 cm de largura.

Com 16 páginas no seu formato maior, e 46/48, no seu formato menor.

Sistema de Grelha

Não se verifica a utilização de sistema de grelha, a não ser talvez na capa, que contém um cabeçalho com o título e o subtítulo, o número e data do periódico.

Ao diminuir o seu formato, começa a utilizar uma grelha que aparenta ter 6 colunas.

Cores

Periódico impresso, na capa e no miolo, maioritariamente em tricromia, com cores primárias e, por vezes, algumas conjugações para obter cores mais suaves.

Tipos de Letra

A letra do logótipo é maiúscula, serifada e ornamentada (em estilo western), com subtítulo colocado em faixa.

No interior, o texto corrido é, muitas vezes, escrito à mão; as legendas, são colocadas em tipo de letra não serifado, ou serifado.

A partir de 1955, o texto corrido passa a ser composto maioritariamente por letra serifada, bem como os títulos.

Ilustração

Além da predominância de bordados e moldes de costura, contém algumas ilustrações de silhuetas e peças de roupa de mulheres e crianças.

Ilustradores: Laura Alves (Moda), Eugénio, Edith Espada Cruz, Ema Shore, entre outros.

Fotografia

Não se verifica a utilização de fotografia, a não ser que seja numa pequena imagem de publicidade, cujo tema é fotografia.

A partir do n.º 64 começa a utilizar fotografia na capa, normalmente de alguma personalidade, não havendo qualquer relação entre esta e o conteúdo da revista.

Publicidade

Podemos observar publicidade espalhada ao longo da revista, sem a utilização de grelha, colocada na horizontal, vertical, e em oblíquo, em cima dos moldes, sem nenhuma ordem ou propósito. Sendo esta, de produtos para emagrecer, produtos alimentícios (leite condensado), pomadas, papelaria, perfumes, casas de tecidos, casas de fotografia, cremes, entre outros.

Infografia

Não se verifica.

Técnicas de Produção

Impressão em rotogravura a tricromia nas capas, e duas ou três cores no interior. As páginas de texto e fotografia, ou seja os artigos, são impressas a uma cor (verde, azul, sépia e outros).

7. MENINA E MOÇA: A Melhor Revista para todas as Raparigas (1947-1974)

M.L.P. directora - Maria Joana Mendes Leal

Arranjo Gráfico - Neogravura, lda.

Publicação mensal

Público-alvo

Revista para meninas, jovens, futuras mulheres, filiadas da Mocidade Portuguesa Feminina. O objectivo do periódico era dirigir-se a todas as raparigas, mesmo as que não faziam parte da Mocidade Portuguesa Feminina (elite) - “Menina e Moça é a Revista de todas as raparigas”.

Contudo, grande parte dos artigos têm como tema a MPF, e é mais cara para as raparigas que não se encontram filiadas.

Temática

Temas dirigidos a meninas e jovens raparigas, futuras mulheres, com o intuito de formação da mulher ideal. Os artigos tratam de culinária, casamento, costura, moda, literatura para mulheres e maternidade.

Contém textos muito agressivos e pejorativos, tendo em conta que são apenas jovens “Vida Estéril, Morte Prematura”, “Ser Boa”, “Combate os teus defeitos”. Temas de formação feminina, tais como, o lar perfeito, etiqueta, religião, e ainda, artigos sobre a função da mulher: ter filhos.

Dimensões

Formato de 31,5 cm de altura por 23 cm de largura.

Contém 20 páginas.

Sistema de Grelha

A revista aparenta ser composta por uma grelha de seis colunas.

A composição é feita por recortes e colagens - fotomontagem, com uma utilização predominante de molduras muito variadas, sendo estas rectas, curvas, rectângulos de cor, ornamentadas com flores, e não só.

A revista contém também, vários frisos e ilustrações a decorar as páginas, todos estes diferentes. Verifica-se uma grande predominância do uso de imagens, sendo estas, geralmente colocadas em molduras alinhadas com a página e outras inclinadas.

Na capa, inicialmente, o logótipo é colocado no canto superior direito num rectângulo verde, com uma imagem de fundo e o subtítulo do periódico colocado na margem inferior.

Cores

No interior, o texto e imagens, encontram-se geralmente a preto (conteúdo) e apenas alguns detalhes, como os títulos, as linhas e barras é que são impressos a verde, vermelho, etc.

A maior parte dos números da revista, são, na sua totalidade, impressos numa cor, em diferentes tonalidades, normalmente a azul, sépia, verde escuro ou azul escuro.

A capa, inicialmente, apresenta duas cores com o logótipo no canto superior direito, num rectângulo verde e uma imagem de fundo, a preto e branco. Posteriormente, o tipo de letra do logótipo muda, e colocam, na parte inferior da capa, o símbolo da MPF ao lado do logótipo, composto por uma barra de cor com o título e uma barra a branco com o número e data.

Tipos de Letra

No interior desta publicação, podemos observar títulos bastante ornamentados, com sombra, flores e, noutros casos, com tipos de letra cursivos, por vezes desenhados à mão, e alguns, em estilo gótico. Os títulos têm grande destaque e são colocados com diferentes tamanhos e pesos; o texto corrido é composto por letra serifada e a primeira letra do artigo é, geralmente, maior do que o resto do texto.

O logótipo é, no início, composto por letra cursiva, contendo duas flores a decorar as palavras. Posteriormente, é alterado para um tipo de letra cursivo sem maiúsculas.

Ilustração

Verifica-se a existência de bastante ilustração nesta revista, nomeadamente, ilustrações de modelos de roupa de mulheres e raparigas jovens, divisões da casa (cozinha, quarto, sala) e ilustrações de histórias, entre outras.

As ilustrações a tinta da china são de Guida Ottolini, as realizadas a lápis e tinta são assinadas por Laura Costa, e as que utilizam exclusivamente o lápis por meio de representação são da autoria de Maria Franco, entre outros ilustradores.

Fotografia

Nesta revista, podemos encontrar uma grande quantidade de fotografias, existindo fotomontagens com recortes, conjugações e sobreposições de imagens. Estas são colocadas em todas as páginas, o que torna a composição um pouco sobrecarregada. Na capa, também é utilizada uma fotografia de fundo na totalidade da página. Fotógrafos: San Payo, entre outros.

Publicidade

Não se verifica a existência de publicidade.

Infografia

Podemos verificar a existência de algumas infografias, a saber: tabelas e quadros com atitudes a ter e a não ter, (regras); em alguns casos as receitas também são ilustradas, com os vários passos.

Técnicas de Produção

Impressão em rotogravura, geralmente, em monocromia, sendo que em situações especiais como o Natal, a publicação é impressa a duas, ou mesmo, três cores.

8. JORNAL MAGAZINE DA MULHER (1950-1955)

Directora: Lília da Fonseca

Editora: Maria do Rosário Paulo Vieira

Orientação gráfica: Humberto D'Ávila (até ao N.º 12)

Colaboração artística: Lucília de Brito Amaral e Figueiredo Sobral (a partir do N.º 13)

Publicação mensal

Público-alvo

Revista dirigida à Mulher, provavelmente de um estatuto social mais alto, pois abrange assuntos mais diversos e inclui mais texto que outras revistas femininas. Contudo, a partir de 1955 (n.º 49), perde a palavra “mulher” do título, acabando assim por deixar de ser uma revista apenas para o público feminino.

Temática

Temas para o público feminino, tais como, o lar, a moda, culinária, limpeza, beleza, etc. No entanto, o periódico declara, no primeiro número, que terão mais assuntos da actualidade e de carácter mais amplo para cultivar um pouco mais a compreensão e o interesse da mulher. Contém assim, entrevistas e reportagens sobre a Actualidade, Cinema, Literatura, Desporto e Educação.

Dimensões

Formato da revista com 32 cm de altura por 23 cm de largura.

Sistema de Grelha

Grelha facilmente identificável, composta por seis colunas, com margens iguais e numeração colocada no canto superior exterior das páginas.

A capa é constituída por uma imagem (fotografia) a ocupar a página inteira, com o logótipo colocado por cima da imagem, num rectângulo branco de cantos redondos e título por cima, disposto no canto da capa, alternando os cantos em cada número.

A partir do n.º 17, a capa, bem como o logótipo mudam, passando este a ser colocado no canto superior esquerdo, a preto, e acrescentando-se um subtítulo extra no canto superior direito.

Cores

O texto e as imagens, ou seja o conteúdo da revista, são impressos a preto com alguns detalhes a vermelho, como os títulos, as ilustrações e as molduras.

A capa também é impressa a preto e branco, com o texto (título, data, número e preço) a vermelho.

Nos números correspondentes a datas especiais, a capa é impressa a três cores.

Tipos de Letra

No interior, o texto corrido é composto por um tipo de letra serifado.

Os títulos de artigos são essencialmente em maiúsculas não serifadas, em diferentes tamanhos e pesos, por vezes, conjugados com fontes serifadas.

Verifica-se ainda, alguns tipos de letra mais arrojados, de estilo cursivo ou desenhados à mão.

A composição da letra do logótipo é bastante interessante, em letra serifada maiúscula e com vários pesos.

Ilustração

Verifica-se a utilização de alguma ilustração conjugada com fotografia. As ilustrações são de figurinos de moda, ilustrações de silhuetas, peças de roupa para mulher, etc; há ainda, ilustrações em artigos de humor - “Chiado às 5”.

Fotografia

Verifica-se fotografia, principalmente na capa, impressa em gravura.

No miolo, também podemos encontrar bastantes fotografias, a ilustrar os artigos, as notícias, etc.

Publicidade

Podemos encontrar neste periódico bastante publicidade, em páginas dedicadas especificamente à sua apresentação, sendo cada página de publicidade composta por anúncios que se encontram separados por molduras. Nestas páginas encontram-se anúncios de produtos de costura, tecidos, produtos de beleza e higiene para mulheres e crianças, materiais de construção, água ardente (para o marido), escolas, cabeleireiros, marcas de roupa (Galeão), calçado, máquinas de costura, etc.

Infografia

Não se verifica.

Técnicas de Produção

Impressão em rotogravura com cor de base a preto e pormenores (títulos e detalhes) a vermelho.

9. CRÓNICA FEMININA (1956 - ?)

Directora e editora: Milai Bensabat

Redacção e Administração: Rua Saraiva de Carvalho, 207. Lisboa

Composto e impresso nas oficinas da E.N.P. (Anuário Comercial de Portugal - Lisboa)

Fotogravura Nacional, lda.

Propriedade de Mário de Aguiar

Periódico Semanal (todas as quintas-feiras)

Público-alvo

Periódico dirigido ao público feminino, à mulher portuguesa dona de casa.

Temática

Temática constituída por assuntos do foro feminino, tais como, moda, beleza e maquilhagem - “Como ser Atraente”.

Contém artigos acerca de regras de etiqueta, limpeza, formas de proceder correctamente de como ser uma boa mulher. Exemplos de Modelos e “toilettes” de indumentárias usadas no estrangeiro.

Apresenta ainda um leque mais variado de assuntos: Curiosidades e actualidades do país e do estrangeiro, consideradas apropriadas para mulheres, páginas de humor e páginas de medicina; chega mesmo a conter uma secção com o título “Independência Feminina”.

Em alguns aspectos, começa a aproximar-se das revistas femininas de hoje em dia, nomeadamente, no que diz respeito à implementação de testes às leitoras, muito semelhantes aos que podemos encontrar nas publicações actuais dedicadas ao público feminino, como por exemplo: “O seu casamento é Feliz?”.

Dimensões

Dimensões pequenas, o que difere de todas as outras revistas analisadas.

Formato de 16,5 cm de altura por 12 cm de largura.

Contém 32 páginas.

Grelha

O sistema de grelha utilizado nesta revista, aparenta ter seis colunas por página, contendo margens muito pequenas. A numeração é colocada no fundo da página ao centro.

Podemos verificar, também, a utilização de blocos de cor no fundo.

Na capa e na contracapa não se verifica a utilização da grelha, sendo o espaço aproveitado como possível. Assim, a capa contém uma fotografia de fundo e o logótipo é colocado conforme a imagem de fundo.

A contracapa é uma fotomontagem que revela à leitora o conteúdo do número da revista correspondente.

Cores

A nível das cores utilizadas neste periódico, podemos verificar a utilização de quadricromia, provavelmente com as quatro cores impressas a cor directa, e monocromia no interior, impressa a preto. As capas desta revista são muito coloridas e apresentam cores bastante vivas.

Tipos de Letra

No logótipo a palavra “CRÓNICA” é composta numa letra meia “cartoonizada”, não serifada, a vermelho e com sombra e a palavra “feminina” apresenta uma letra fina caligráfica. O logótipo é colocado dentro de um papel preso por um pin.

Alguns tipos de letra são colocados na vertical, provavelmente para um maior aproveitamento do espaço da página, por ter um tamanho bastante inferior ao normal.

Inicialmente, podemos observar, no interior, no texto corrido e em alguns títulos, o uso de um tipo de letra não serifado. Verifica-se, igualmente, uma correcta hierarquia tipográfica.

Um ano após a primeira edição, a revista começa a apresentar a utilização de algumas conjugações de fontes serifadas com fontes não serifadas; também apresenta um número diminuto de tipos de letra cursiva e caligráfica. No interior, passa a ser utilizado texto corrido ora serifado, ora não serifado.

Ilustração

Podemos encontrar alguma ilustração, de pequenos desenhos ilustrativos de artigos, colocados junto ao título do artigo, sem referência ao ilustrador.

Também podemos verificar a utilização da ilustração na parte dos cartoons de humor, geralmente de autores estrangeiros.

Fotografia

Utilização da fotomontagem - recorte, colagem e composição de fotografias.

Fotografias de mulheres e de acontecimentos, normalmente relacionados com mulheres estrangeiras e famosas.

Capa com fotografia, geralmente de alguém famoso. Contracapa contém fotomontagem de imagens que ilustram o conteúdo da revista.

Utilização de fotografias para fotonovelas.

Publicidade

Verifica-se, raras vezes, publicidade a outras revistas.

Mais tarde, a partir do n.º 65 (20-02-1958) podemos começar a observar, da parte de dentro das capas, publicidade à TAP, a gráficas, filmes, sabão, produtos de beleza, etc.

Por vezes, também na última página, podemos verificar anúncios à Singer, à Grundig, a ferros de passar a roupa, (electrodomésticos), entre outros.

Infografia

A publicação apresenta algumas infografias com o Horóscopo, composto por tabelas de símbolos que, posteriormente, acaba por se tornar muito semelhante ao que se usa nas revistas actuais.

Técnicas de Produção

Impressão em rotogravura a diversas cores na capa e na parte interior desta, e apenas a uma cor no interior (preto).

10. A MULHER NO LAR (1957 - ?)

Directora e proprietária: Maria José M. Santos Castro.

Redacção e administração: Rua S Nicolau, 119, 2º. Lisboa.

Execução: Lit. Costa & Valério, Lda.

Publicação mensal.

Periódico desdobrável.

Público-alvo

Público feminino que partilhe o interesse pela costura e tarefas relacionadas com esta. Possivelmente mulheres donas de casa.

Temática

A Costura é o tema principal deste periódico. No entanto, tem secções dedicadas à decoração, à moda e aos usuais moldes de modelos de costura.

Dimensões

Periódico desdobrável - dobrado ao meio três vezes.

Formato, quando fechado, é de 35 cm de altura por 25 cm de largura.

Grelha

Não existe grelha no interior da revista, apenas na capa, onde verificamos uma área (retângulo) reservada ao logótipo, preço, número e data do periódico. (A imagem da capa colocada por baixo do logótipo, não tem qualquer relação com o conteúdo da revista).

Na contracapa, por cima da ilustração, verifica-se, na parte inferior, três molduras (duas em duas colunas e a restante numa coluna, podendo observar-se aqui uma possível utilização de uma grelha de duas colunas).

Quando a revista está aberta, o plano não constitui grelha, tendo apenas moldes, ilustrações e caixas com anúncios e pequenas legendas, colocadas sem qualquer regra (direitas, enviesadas, etc.).

Cores

As cores utilizadas são bastante fortes, provavelmente impressas em cor directa.

Um dos lados do desdobrável (o que contém os moldes) é impresso a azul ligeiramente esverdeado, o outro impresso a tricromia (azul, amarelo, vermelho).

O logótipo é impresso a vermelho e “branco” sobre fundo azul.

Tipos de Letra

Na capa, o logótipo utiliza três tipos de letra diferentes: “a mulher” a caligráfico cursivo, “no” a letra não serifada arredondada, e “LAR” a letra bold serifada.

No interior, o texto corrido, como as legendas e os textos de anúncios apresentam-se num tipo de letra não serifado (semelhante ao gill sans - a letra “a” é ligeiramente diferente).

Ilustração

Toda a revista é coberta de ilustração, sendo o único tipo de imagem que se pode encontrar nesta.

As ilustrações são de motivos para toalhas, colchas, almofadas, etc. Ilustrações dos anúncios de publicidade e modelos para roupa de mulher e crianças (silhuetas).

A parte de trás da revista desdobrável, contém desenhos de moldes de crochet, bordados, etc.

Fotografia

Não se verifica.

Publicidade

Verifica-se a implementação de publicidade, colocada sem qualquer regra no plano aberto da revista, alinhados na vertical, horizontal, em oblíquo, conforme era possível colocar no meio das ilustrações.

Publicidade a produtos dirigidos à mulher: livros de culinária, aulas de costura, linhas de costura, etc.

Infografia

Não se verifica.

Técnicas de Produção

Impresso em rotogravura a duas cores (azul e vermelho).